

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**  
**Departamento de Periodismo III**



**LA SOLIDARIDAD, ESPACIO DE MEDIACIÓN DE  
LOS SENTIMIENTOS MORALES: ANÁLISIS DE  
LA PUBLICIDAD DE LAS ONGD.**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**  
**PRESENTADA POR**

**Vanesa Saiz Echezarreta**

Bajo la dirección de la doctora

Cristina Peñamarín Beristain

**Madrid, 2010**

- ISBN: 978-84-693-3369-3

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**

**Departamento de Periodismo III**



**La solidaridad, espacio de mediación de los  
sentimientos morales.**

**Análisis de la publicidad de las ONGD**

Tesis doctoral presentada por

Vanesa Saiz Echezarreta

Dirigida por la Doctora Doña

Cristina Peñamarín Beristain

Madrid, 2009



A Eduardo, mi compañero



Louise Bourgeois  
Fragmento *Ten am is when you come to me*





# Índice

Índice	5
Agradecimientos	11
<b>1 Objeto de estudio</b>	<b>13</b>
1.1 Introducción	15
1.2 La posición de investigación	18
1.3 El campo de análisis	22
1.4 La categoría ONG	23
1.5 Corpus de análisis	25
1.6 La construcción sociohistórica del Objeto: la formación discursiva	28
1.6.1 Elaboración de un corpus	30
1.6.2 Formación de objetos y modalidades enunciativas	32
1.6.3 Formación de conceptos y estrategias	37
<b>2 La mediación y el sentido</b>	<b>43</b>
<b>Herramientas Teórico-metodológicas 1.</b>	<b>43</b>
2.1 Un enfoque semiótico	45
2.2 Las dimensiones discursivas	47
2.2.1 La enunciación	49
a) Mediación y arquitectura enunciacional	53
b) El tercer espacio enunciativo	54
2.2.2 La figuración	58
a) Figuras en proceso, mediación y afectividad	67
2.2.3 Sentidos orientados	72
2.3 Desarrollos tópicos	79
2.3.1 Las tópicas	79
2.3.2 La concreción plástica del sentido	86
a) El cronotopo como instrumento conceptual	87

## 3 Emoción y semiosis 93

### Herramientas teórico-metodológicas 2. 93

#### 3.1 Hipótesis de partida 95

#### 3.2 Versiones emocionales y epistemes 96

#### 3.3 Racionalidad figurativa y sentimental 98

#### 3.4 Una mirada desde la perspectiva neurobiológica 99

#### 3.5 La Expresión emocional y la superficie del sentido 104

#### 3.6 La experiencia como lugar 116

#### 3.7 La emoción como hábito y creencia: Charles Sander Peirce 118

##### 3.7.1 Ágape: sentimiento lógico y modelo sociológico 133

#### 3.8 Las emociones narrativas 139

##### 3.8.1 Planteamiento 139

##### 3.8.2 La experiencia narrativa 141

##### 3.8.3 Experiencias y pseudo-experiencias 143

##### 3.8.4 Relatos emocionales y emociones relatadas 147

#### 3.9 Los sentimientos morales 153

#### 3.10 La estructura de sentimiento 158

##### 3.10.1 Hegemonías, contra-hegemonías e in-visibilización 167

## 4 Modernidad, orden social-moral y solidaridad 171

### 4.1 El sistema de ayuda como garantía del orden social y moral 173

#### 4.1.1 De la “beneficiencia” de los pobres a la “solidaridad” con el “Tercer Mundo” 181

##### a) Beneficencia, filantropía y caridad 182

##### b) De la fraternidad liberal de 1848 a la solidaridad de los pueblos 187

### 4.2 La estructura sentimental: una genealogía ilustrada 191

#### 4.2.1 Introducción 191

#### 4.2.2 Origen ilustrado de nuestros sentimientos morales 192

#### 4.2.3 La imaginación y los sentimientos morales 197

##### a) Introducción 197

##### b) La imaginación y la mediación emocional 199

##### c) La reciprocidad entre espectador y paciente 204

##### d) Dimensión informativa de la compasión: la fuerza de los relatos 207

#### 4.2.4 El espectador imparcial como instancia enunciativa 209

<b>4.3 La política de la piedad</b>	<b>215</b>
4.3.1 Definición y orígenes	215
4.3.2 La Revolución Francesa y la cuestión social	216
4.3.3 La ciudadanía “humanizada”	219
<b>4.4 Cultura íntima y sentimentalismo</b>	<b>225</b>
4.4.1 Introducción	225
4.4.2 El narcisismo	230
4.4.3 La conciencia sentimental	232
4.4.4 La autenticidad	234
4.4.5 La novela sentimental y la explosión de emoción sincera	237
<b>4.5 Las mediaciones narcisistas</b>	<b>240</b>
<b>4.6 El sistema experto ONGD: mediación, experiencia, saber hacer y testimonio</b>	<b>242</b>
4.6.1 De las instituciones caritativas religiosas y los nuevos movimientos sociales a las ONG como modelo de acción social	242
4.6.2 ONGD: sistema de mediación experta	251
a) La publicidad social como punto de acceso al sistema experto	257
b) Señales simbólicas: el intercambio moral como intercambio dinerario	269
 <b>5 Los imaginarios históricos de la solidaridad</b>	 <b>271</b>
5.1 Principios de siglo y entreguerras: primeras manifestaciones solidarias (1900-1950)	273
5.2 Fundación de las primeras ONGD: la expresión solidaria de raíz caritativa (1950-1985)	283
5.3 Pornografía de las desgracias (1970-1990). La herencia del fotoperiodismo	292
5.4 El boom de las ONGD (1990-2009)	311
5.4.1 Periodo no profesionalizado (1990-1999)	315
5.4.2 La solidaridad mercantilizada: Cuando todo fue solidario (2001-2005)	333
a) El entramado de los logotipos	347
5.4.3 Nuevos espacios políticos y digitales (2006-2009)	352
 <b>6 La experiencia cultural solidaria</b>	 <b>369</b>
6.1 Mirada y mediación estetizada	371
6.1.1 Introducción	371
6.1.2 La estructura de la mirada: Espectadores en la cultura masiva	379
a) Espectadores en shock	382
6.1.3 Iconografía del sufrimiento: aguantar y conmovirse	387

6.2 Cronotopos de la solidaridad	398
6.2.1 La infelicidad: espacios y tiempos de los desafortunados	400
a) Espacios	400
b) Sujetos	407
i) Cuerpos enfermos	410
ii) Cuerpos necesitados	413
iii) Sujetos infantilizados y generizados	419
iv) Sujetos sin voz	425
c) Tiempos	430
6.2.2 La fortuna: espacios y tiempos de los que ayudan	442
a) Sujetos	443
i) El héroe: cooperantes, voluntarios y famosos	444
ii) El buen narciso: socios y donantes	450
iii) El antihéroe: indiferentes y conformistas	453
b) Espacios	456
c) Tiempos	458
i) La cotidianidad como espacio-tiempo del solidario	458
ii) La humanidad como realización espacio-temporal del sujeto solidario	461
6.3 Mirada disciplinaria y rostro	464
6.4 Estructuras de mediación	474
6.4.1 Nosotros sabemos y por eso os representamos	478
a) Expertos en progreso	478
b) Testigos competentes	479
c) Gestores eficientes	479
6.4.2 Nosotros decimos lo que ellos necesitan y por eso les representamos	481
a) La voz de la conciencia	481
b) El diálogo de tú a tú	481
6.4.3 Vosotros y ellos os conocéis, porque nosotros os representamos	483
a) Héroes y cooperantes	483
6.4.5 Nosotros expresamos lo que vosotros sentís y por eso os representamos	484
a) Ciudadanos consumidores	485
b) Ciudadano político: un tú con otros	485

c) Ciudadanía global: un nosotros en formación	487
6.5 Mediación e interpasividad	488
<b>7 Tópicos sobre el sufrimiento a distancia</b>	<b>493</b>
7.1 Las instancias de mediación en el régimen de justicia	495
7.1.1 Las ciudades de la solidaridad: de la ciudad compasiva a la ciudad cívica	503
7.2 Tópica del sentimiento	507
7.2.1 Introducción	507
7.2.2 Recorrido afectivo y repertorio emocional	510
7.2.3 El infeliz agradecido	513
7.2.4 La Metafísica de la interioridad	517
7.2.5 La gestualidad solidaria	524
7.2.6 Palabra pública y sentimentalismo	533
7.3 Tópica de la denuncia	539
7.3.1 Recorrido tópico y arquitectura enunciacional	539
7.3.2 La voz enunciativa: acusación, imparcialidad y distanciada	542
a) La indignación	544
b) El asco moral	545
7.3.3 Los actores: los infelices: de víctimas a agentes	548
a) La simpatía resentida	548
b) La retórica de los derechos: figuraciones del <i>homo sacer</i>	553
7.3.4 La atribución de responsabilidad: la crisis de la representación del sufrimiento	560
a) La ausencia de responsabilidad	562
b) La responsabilidad circular	563
c) La responsabilidad difusa	567
d) Tejiendo redes: explotación y corresponsabilidad	571
e) La responsabilidad sistémica y agencia colectiva	575
7.3.5 La voz del colectivo ONGD: la introducción de las estructuras sociales	580
7.3.6 La crítica de la denuncia y el poder performativo de la palabra pública	585
a) La campaña “Exige dignidad”	590

<b>8 Conclusiones</b>	<b>597</b>
<b>9 Anexos</b>	<b>619</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>621</b>
<b>Catálogo</b>	<b>655</b>
Catálogo	657
Índice de figuras	685

## Agradecimientos

En esta tesis resuenan las voces, los tonos y los afectos de las personas que me han acompañado o que se cruzaron conmigo en algún momento, junto a ellos he recorrido este trayecto. Al acabar, me hago responsable de lo dicho y comparto con aquellos que lo deseen las consecuencias imprevistas de esta acción; lo hago desde la honestidad y la humildad de saber que aquí y ahora “no puedo ir más lejos”. Al concluir este trayecto, en el que he sido con otros, es de justicia dar cuenta de los abrazos y de las deudas contraídas.

A Cristina Peñamarín le debo haberme sugerido el tema de esta investigación, también haber confiado en que del caos productivo acabaría emergiendo una tesis doctoral. Le agradezco la lectura interminable de esquemas (fragmentos de mí) que, a lo largo de estos años, he ido desgranando y su espera hasta que estuve preparada para armarlo, así como su dedicación para que las ideas y las palabras encontraran acomodo. Le doy las gracias por haberme prestado su agudeza intelectual y haber sido generosa con su pensamiento. Suyos son, entre otras muchas cosas, los matices que hacen de esta tesis un texto más sutil, más atento a los detalles, a las contradicciones y a las fronteras.

Agradezco a María José Sánchez-Leyva su esfuerzo por rescatar y poner luz en las ideas que se me “pierden”, por su magisterio y por su intensidad –juntas hemos pensado hasta doler. A Paulina le debo ser mi luz en las noches oscuras del alma y a Hector le doy las gracias por darme un nombre sonoro y por ayudarme a relativizar, también la teoría. A Eleonora le agradezco haber trabajado conmigo, le debo “Locas de amor” y mucho Barthes. Edu Actis me brindó su compañía y muchas herramientas vitales. Al Grupo PICNIC pertenecen mis inicios como investigadora, fueron para mí un espacio de esperanza, de apoyo mutuo, de búsqueda, de alegría, de amistad, de rigor y de esfuerzo.

En el espacio de Periodismo III, agradezco a Wenceslao Castañares y a Gonzalo Abril su apoyo y su sabiduría -dentro y fuera del aula-; también a todos y cada uno de los que pasaron por los seminarios y se dejaron la piel en las discusiones con las que he crecido intelectualmente, en especial a Marina, porque pasamos la frontera de la Universidad para iniciar complicidades. A Ángel de la Cruz pertenece gran parte del impulso crítico y el espíritu inconformista que guió esta tesis, él me ayudó a que los muros de hormigón de la facultad no me hicieran indiferente. Estoy en deuda con mi familia. A Eduardo le agradezco que haya compartido este proyecto vital, esta tesis es fruto de nuestra aventura juntos. A Antonio, mi padre, le doy las gracias por haber sido mi lector incondicional, por aprender semiótica sobre la marcha para acompañarme en este camino y recordarme que en el análisis tiene que quedar espacio para la ternura y “el



vínculo”. A Merche, mi madre, le debo la determinación, gracias a su ejemplo he podido terminar este proyecto. Con ella también he aprendido qué significa esa experiencia tan compleja, y a veces dolorosa, de la disposición amorosa. A Martuca, mi hermana, le doy las gracias por sus miradas de perplejidad, por las preguntas inocentes cargadas de fuerza filosófica y por la de veces que me dijo ‘termínala ya’. Le doy gracias a ‘tía Rosamari’ por enseñarme a coser, con eso puse color y creatividad a los días en que las ideas se habían quedado quietas. Gracias a todas y todos los que forman mi familia -de siempre, de casi siempre y a los recién llegados- por animarme y sostenerme, pese a mantener ese punto de extrañeza que provoca el mundo académico en los que no están en esto.

Gracias al CMUNSA (y aledaños) -mis amigos- por sus cafés subversivos, porque han conseguido que no me rindiera, porque me han escuchado, una y otra vez, decir lo de siempre y han contestado, una y otra vez, que era posible. Me han abrazado cada día y me han querido en la frontera de lo incondicional. Pero no sólo han estado en lo afectivo, ellos participan de la profundidad de mi pensamiento, son excepcionales por lo que saben, por lo que ignoran y están dispuestos a descubrir, por lo que arriesgan y, sobre todo, lo que sueñan.

Hay otros ecos imprescindibles en la tesis, entre ellos destaca el de Ainhoa, por su inspiración y su energía, y el de Raquel más allá de José Calvo; además están las compañías feministas, Paula, Laura e Inés, también Luisa y el resto de compañeras del Instituto; los del norte, Oscar y Tate y los que estaban conmigo cuando tomé la decisión de embarcarme en este proyecto.

Gracias a todos los que alguna vez me preguntaron si estaba bien apadrinar un niño o qué ONGD era la buena, a los que me entregaron un folleto o me contaron que habían visto un anuncio.

Esta tesis me deja con una deuda impagable con las personas que me acompañan a través de sus obras, gracias a Bajtin, Ducrot, Arendt, Butler, Bauman, Peirce... por creer que el trabajo intelectual transforma el mundo.

**1**

**Objeto de estudio**



## 1.1 Introducción

Las ONGD en España se convierten en un fenómeno socio-cultural a principios de la década de los 90, momento en el que su presencia cristaliza y se institucionaliza en el espacio público local. Conscientes de esta presencia, esta tesis doctoral se orienta a analizar, a través de la publicidad (social) difundida por estas organizaciones a lo largo del periodo 1999-2009, cómo se ha configurado en nuestro país un ámbito de sentido, de experiencia y de práctica en torno a la solidaridad, en el que las ONGD han actuado y actúan como actores y enunciadores fundamentales. En este sentido observamos que, durante las últimas décadas, la solidaridad parece haberse consolidado como un valor hegemónico en auge, que forma parte de los valores que atribuimos al ejercicio de la ciudadanía.

En este trabajo de investigación nos hemos preguntado por aquello que caracteriza la noción de solidaridad y por los elementos que hacen posible que ésta se haya constituido en el valor hegemónico que postulamos. Según nuestra hipótesis, en la base de la actual experiencia social de la solidaridad se encuentra lo que denominamos la “formación discursiva de la solidaridad”. Adoptamos el concepto de Foucault (1999) en tanto él nos permite comprender la solidaridad como un conjunto de enunciados que comparten ciertas condiciones de existencia. Esta comprensión nos lleva a indagar en las reglas y en los aspectos normativos gracias a los cuales es posible identificar y delimitar la solidaridad como un tipo de experiencia en la que intervienen dimensiones sociales, políticas, afectivas y morales.

Nuestro planteamiento de partida es que la solidaridad es una práctica discursiva que puede definirse como “un conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio que han definido en una época dada y para un área social, económica, geográfica o lingüística dada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa” (Foucault, 1999:198). Desde ahí argumentamos que la experiencia cultural de la solidaridad resulta imprescindible para la constitución del orden social y moral contemporáneo.

Al estudiar la delimitación del conjunto de reglas que constituyen esta formación discursiva indagamos acerca de la manera en que ésta conforma y regula un campo estabilizado de modelos representacionales cronotópicos. Estos modelos están organizados en torno a tópicos y cronotopos, que son definidos a través de las propuestas analíticas de Boltanski (2000) y de Bajtin (1989).

Las representaciones cronotópicas que tienen su origen en la publicidad “solidaria” –género de discurso en el que se inscribe principalmente la formación- nos interesan como objeto de

análisis porque nos permiten acceder a uno de los modos en que actualmente la sociedad se enfrenta a la contemplación del sufrimiento a distancia y a las posibilidades de acción que esta contemplación puede movilizar. Defendemos la hipótesis de que este universo representacional conecta con las perspectivas que ahondan en el modelo biopolítico, desarrollado en el trabajo de autores como Foucault, Agamben o Esposito. Al hilo de esta conexión entre solidaridad y biopolítica, que actúa como uno de los ejes transversales de esta tesis, nos hemos planteado una serie de reflexiones que acompañan al análisis de la formación discursiva de la solidaridad y que enumeramos a continuación.

En primer lugar nos preguntamos respecto de cómo interviene la formación discursiva de la solidaridad en la categorización y catalogación de la población involucrada en la definición de un modelo de orden social y moral particular. En esta línea vemos cómo, en sus discursos, las ONGD establecen una distinción entre aquellos sujetos –subalternos- que sufren desgracias y son víctimas de desigualdades de diverso signo (los infelices o los desafortunados) y aquellos otros que son espectadores de estas desgracias (los felices, los afortunados o los privilegiados). Defendemos que esta distinción categorial está conectada con el fenómeno más amplio y general del “desarrollo”, que actúa como un marco de sentido en el que se inserta el discurso de la solidaridad. La división social que caracteriza el modelo biopolítico afecta tanto a los otros –posicionados como ejemplos de la mera vida biológica-, como a la comunidad del nosotros –sujetos ciudadanos-. Uno de los objetivos del análisis es describir el proceso por el cual la formación discursiva de la solidaridad somete a los sujetos a procesos de racialización, generización y pedagogización, y cómo estos procesos inciden en la articulación del modelo biopolítico mencionado.

En segundo lugar suscribimos la hipótesis de que la formación discursiva establece una “norma solidaria” de carácter hegemónico, a la que “todos” nos debemos adecuar para actuar correctamente en cuanto ciudadanos de bien y, en último término, como seres humanos (compasivos). Para comprobar dicho planteamiento analizamos si de las nociones de desarrollo y solidaridad, tal y como están inscritas en los discursos de las ONGD, se desprende una competencia (basada en un saber, un poder y un deseo) capaz de adecuarse y actuar en este espacio de corrección normativa. Una de las ideas que sostenemos es que la norma solidaria precisa de una mirada específica acerca del orden social. Desde nuestra perspectiva, se trata de una mirada disciplinaria que afecta al modo en que los espectadores del sufrimiento miran a los desafortunados y se miran a sí mismos y al resto de los miembros de la comunidad del nosotros solidarios.

En tercer lugar postulamos que tanto el modelo biopolítico como la norma disciplinaria que parecen articular la formación discursiva de la solidaridad están conectados con el paradigma social, moral y afectivo de lo que se conoce como “sociedad íntima narcisista” (Sennet). En este trabajo nos interesa la relación que guarda la solidaridad con el narcisismo en el contexto de la sociedad de consumo actual, razón por la cual esta cuestión constituirá otro de los ejes transversales de la investigación.

En cuarto término reflexionamos sobre las contradicciones y los conflictos morales que pueden derivarse de la construcción del valor solidaridad, y si éste se adecua a los términos que hemos apuntado. Es decir, si la solidaridad puede ser identificada como un orden moral normativo que categoriza a la población conforme al modelo biopolítico y es consonante con la lógica narcisista y de consumo. En caso de serlo creemos que ello quizá pudiera estar afectando, de distintas formas y en diversos grados, los modelos de responsabilidad, de sujeto moral y de acción política que se sustenta en la sociedad actual. Como hipótesis mantenemos la noción de que es posible que la solidaridad, en ciertos sentidos, esté colonizando -e incluso atrofiando- nuestro hacer moral y nuestra responsabilidad frente a la injusticia y las desigualdades, entre otros aspectos. Esta situación sería una de las consecuencias que podría haber traído consigo la creación de un modelo de mediación experta, articulado en torno a las ONGD.

Pensamos, en esa línea, que la formación discursiva de la solidaridad regula uno de los modos posibles de abordar la cuestión social, y específicamente aquella referida a la pobreza de sujetos lejanos, a la desigualdad socio-económica y a la injusticia. Junto a ello estimamos que esta formación discursiva está implicada en la creación de un sistema experto “solidario” (Giddens), que describimos como una institución discursiva articulada en torno a las ONGD. Este sistema experto no sólo estaría promoviendo un proceso de justificación acerca de las condiciones de injusticia y de desigualdad, y un conjunto de propuestas sobre cómo transformar dichas condiciones, sino que estaría actuando, además, como instancia mediadora del vínculo social entre los felices e infelices, función que permitiría al sistema experto gestionar una serie de recursos de orden simbólico, cognitivo, afectivo, moral, político y económico. Sostenemos, al respecto, que dichos recursos están en juego -y se conforman- en el espacio de la formación discursiva de la solidaridad, hipótesis a la luz de la cual corresponde indagar si este modelo de mediación experta promueve la emergencia de agenciamientos enunciativos. Bajo este supuesto analizamos si a través de las representaciones cronotópicas es posible reconocer un modelo de sujeto ciudadano y también de comunidad moral y política.

Otro de los ejes transversales de esta tesis es la idea de que la solidaridad funciona como una estructura de sentimientos, estructura que articularía una red de afectos, estéticas, imaginarios y relatos gracias a los cuales el orden social y moral torna vivencia, esto es, produce lo que a lo largo de este trabajo identificaremos como una experiencia cultural solidaria.

El objetivo último de esta tesis es, finalmente, reflexionar acerca de la capacidad de la solidaridad para convertirse en una herramienta a través de la cual imaginar comportamientos éticos y políticos responsables.

## 1.2 La posición de investigación

El trabajo de análisis que nos proponemos requiere una posición de investigación que tenga en cuenta que “criticar es alejarse de la acción para acceder a una posición externa desde la que se la pueda considerar desde otro punto de vista, a la manera de esas personas que, en una fiesta en la que todo el mundo se abandona a la bebida y el baile, permanecen en el fondo del salón y, sin mezclarse en la alegría circundante, observan sin dejar de pensar.” (Boltanski, 1990: 54).

Cabría una lectura irónica de la imagen dibujada por Boltanski, pero también podríamos tomarla seriamente en consideración. En este caso, sin duda, cabría asumir una posición que resulta difícil de adoptar y mantener. Sin embargo, creemos que en cierta medida ésta es necesaria, sobre todo en terrenos en los que los análisis y compromisos están tan imbricados. Más aún en aquellos casos en que el compromiso del investigador con un modelo y unos actores pueden obstaculizar la reflexión y la crítica. Hemos observado a lo largo de la investigación que la discusión y la crítica sobre las ONGD adquiere a veces los mismos matices que la reflexión sobre los sistemas democráticos, cuando se parte de la idea de que es el mejor de los sistemas posibles<sup>1</sup> o cuando se infiltran en el análisis las buenas intenciones y motivaciones de los actores implicados, y se defienden los argumentos de mínimos: “por lo menos hacen algo a favor de...”. Pensamos que es importante cuestionar este tipo de argumentos de eficacia en el corto plazo, ya que podría obstaculizar la labor de la crítica, así como el análisis y la reflexión.

---

<sup>1</sup> En el caso de la democracia podemos constatar cómo nos afecta y limita la metáfora que comprende a este sistema político como “el mejor de los sistemas posibles”, idea que introduce la noción de límite y refuerza su dimensión procedimental como una barrera no sólo impuesta a la práctica democrática en nuestra sociedad, sino que también como barrera activa –y no siempre percibida.– en el campo de la investigación.

Adoptar una perspectiva que no busca dobles sentidos, falsas conciencias, ni dinámicas históricas necesarias implica atender al hacer performativo de los actores, de los objetos y de sus prácticas, adoptando como objeto de análisis no sólo lo creado por estos actores, sino que también lo que éstos reciben y perciben como ya constituido (en un sentido próximo al que entiende Boltanski cuando sostiene que no se trata de definir a priori objetos y actores sino de “aprehender las operaciones de construcción de los colectivos examinando la formación de las causas colectivas, es decir, la dinámica de la acción política” -Boltanski, 1990:25). La cuestión en ello es cómo densificar la descripción sin pretender un más allá abierto sólo a los ojos clarividentes del analista. En esta investigación optamos –creemos que de manera inevitable- por tener un pie dentro y otro fuera de la propia formación discursiva de la solidaridad analizada, con el objetivo de reconstruir los sentidos, los sujetos, etc., que estos vehiculan. Se trata de un desplazamiento en el que inevitablemente hemos de asumir algo de la “violencia” que conlleva en sí mismo el hacer investigador.

Estamos en una sociedad reflexiva no sólo porque en ella los actores incorporan los conceptos y reflexiones del campo de las ciencias sociales, sino también porque ésta es caracterizada como la sociedad del conocimiento y de la comunicación, en la que cada vez más todo tipo de actores tienen acceso a recursos críticos y se implican en operaciones de este tipo y de justificación (Boltanski, 1990). Ciertamente esta reflexividad afecta también al investigador y a las relaciones que éste establece con su objeto. En este caso, si esta tesis doctoral está promovida y orientada por la posición subjetiva de quien investiga, ella, a su vez, se ha transformado en el proceso y, al mismo tiempo, ha modificado su mirada y, por tanto, su objeto de estudio.

Boltanski volverá sobre el respeto al objeto y a los sujetos investigados al afirmar que “En efecto, el sociólogo se obliga a seguir muy de cerca a los actores en su trabajo interpretativo, abriéndose camino a través de los informes que ellos han constituido. Toma en serio sus argumentos y las pruebas que proporcionan, sin tratar de reducirlos o de descalificarlos oponiéndoles una interpretación más fuerte. Está atento a la forma en que los propios actores construyen informes que se sostienen y que apuntan a la objetividad y a la generalidad, mediante un trabajo de selección, en el contexto del caso, entre lo que puede considerarse necesario y lo que puede quedar librado a la contingencia.” (Boltanski, 1990: 55-56). Es preciso matizar esta posición. Hemos reconocido que toda investigación es, en parte, un hacer violento, una imposición que, además, tiene efectos performativos, como cualquier otro discurso. No se puede obviar la posición asimétrica y privilegiada del investigador que puede



llegar, continuando con el símil de Boltanski, a observar la fiesta distante y sereno, si bien siempre ocupará un lugar dentro de la fiesta.

Desde nuestra perspectiva, la semiótica es un campo de intereses que permite el ejercicio de prácticas analíticas diversas, por tanto, no es sólo –ni principalmente– una teoría, sino una metodología práctica continua que se ocupa del análisis del sentido y de los discursos. La semiótica es “una metodología para la interpretación de textos-discursos” (Abril, 1994:429), de prácticas, instituciones y mundos significantes. La semiótica es, además, una lectura especializada que realiza una traducción de su objeto a un metalenguaje científico mediante una recreación argumentativo-narrativa de los discursos analizados.<sup>2</sup> Al mismo tiempo, cuando empleamos el concepto teórico de formación e institución discursiva modelizamos una parcela de realidad, en cuanto tratamos de describirla y dotarla de límites, simplificarla inevitablemente, para avanzar o profundizar en su comprensión al tiempo que, aunque sea de manera muy limitada, contribuimos a modificarla.

Esta reconstrucción interpretativa precisa del ejercicio que Clifford Geertz denominó como “descripción densa”. Geertz concibe el análisis cultural como una ciencia interpretativa en busca de significaciones (1997:20), que tiene en cuenta el hecho de que “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido”. Desde su punto de vista, lo que un analista debe hacer es buscar explicaciones, interpretar “expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie” (1997:20). Esta perspectiva nos parece interesante dado nuestro objeto, aun cuando aclararemos que, para nosotros, los discursos mediáticos de los que nos ocupamos no se presentan *prima facie* como enigmáticos, sino que todo lo contrario, habitualmente aparecen como evidencias. En este sentido, el proceso de análisis consistirá en escudriñar e interpretar las evidencias que constituyen las representaciones mediáticas hegemónicas.

Para Geertz este proceso, identificado con el hacer etnográfico, “no es una cuestión de métodos (...) no son las técnicas y los procedimientos lo que definen la empresa. Lo que la define es un cierto tipo de esfuerzo intelectual: una especulación elaborada” (Geertz, 1997:21), que categoriza precisamente como interpretación densa. También Roland Barthes advirtió contra la defensa a ultranza del método y propuso en su lugar la elección de “disposiciones operativas”, “hablamos de reglas rudimentarias de operación más que de principios metodológicos; la palabra sería demasiado ambiciosa y sobre todo ideológicamente

<sup>2</sup> “La semiótica se ve comprometida, pues, en una reconstrucción interpretativa de la objetividad científico-social cuyo punto de partida es la crítica de los límites epistemológicos del positivismo” (Abril, 1994:427-428)

discutible, en la medida en que el “método” postula muy frecuentemente un resultado positivista” (Barthes, 1997:324-325).

Esta es la posición adoptada por esta tesis en la que la preocupación por el método en ocasiones pierde importancia frente a la búsqueda de vías de profundización heurística, asumiendo con ello los riesgos de los espacios intermedios aún por legitimar. El resultado, salvadas las distancias, procura ser menos un informe de la observación en torno a la solidaridad y sus actores, que un informe sobre la interpretación de este fenómeno que procura, en la medida en que es capaz, “desentrañar las estructuras de significación (...) y determinar su campo social y su alcance” (Geertz, 1997:24).

Con respecto a la propuesta de la antropología interpretativa y su papel en el análisis cultural nos gustaría recordar una última advertencia de Geertz, perfectamente aplicable a la práctica semiótica: “El análisis cultural es intrínsecamente incompleto. Y, lo que es peor, cuanto más profundamente se realiza menos completo es. Es ésta una extraña ciencia cuyas afirmaciones más convincentes son las que descansan sobre bases más trémulas, de suerte que estudiar el material que se tiene entre manos es intensificar las sospechas (tanto de uno mismo como de los demás) de que uno no está encarando bien las cosas” (Geertz, 1997:39). La práctica de análisis interpretativo por ello se caracteriza, dice el autor, menos por “un perfeccionamiento del consenso que por el refinamiento del debate”<sup>3</sup>.

A este espíritu y perspectiva de investigación responde la elección de los instrumentos metodológicos que desarrolla esta tesis.

---

<sup>3</sup> Toda clase de acuerdo, de consenso, es un acuerdo activo en el que las personas trabajan para lograrlo. “El hecho de poner el acento sobre el trabajo que las personas deben llevar a cabo en el aquí y el ahora para construir el mundo social, conferirle sentido y asegurarle un mínimo de durabilidad, acerca nuestra empresa a las sociologías fenomenológicas, igualmente atentas a seguir las actividades performativas de los actores” (Boltanski, 2000: 71). Junto a esta noción de consenso –más bien de orden metodológico– conviven otras, que también incorporamos a nuestro trabajo, que apuntan en otra dirección: a la construcción del consenso como un espacio de dominación y una definición de la lógica política contemporánea.

En esta otra línea, se presta atención al sustrato normativo, a las lógicas y dinámicas del poder en la sociedad contemporánea. Entre los autores, a través de los que introducimos esta otra dimensión del consenso, destaca Jacques Rancière que reflexiona sobre el consenso a partir de la hipótesis del viraje ético de la estética y la política, de morales y derechos. Para él, el consenso “significa un modo de estructuración simbólica de la comunidad, que evacua el corazón mismo de la comunidad política, es decir, el disenso” (Rancière, 2005b: 27-28). Será a partir de la dinámica entre una posición y otra como se trabaje la idea de consenso en esta tesis.

## 1.3 El campo de análisis

El campo de las ONG asociadas a la cooperación, es decir, la configuración del sector ONGD, es un fenómeno reciente en España. Han pasado sólo unas décadas desde que surgieron las primeras organizaciones dedicadas a la cooperación y la ayuda humanitaria, y aún menos desde que todas ellas quedaron incluidas bajo el paraguas de la categoría popular ONG. Mientras, para que esta categoría expandiera su campo de influencia a otros terrenos de actividad y a otro tipo de instituciones y organismos, asimismo, ha sido suficiente el transcurso de tan sólo unos pocos años.

Cuando esta investigación comenzó en el año 2001, las ONGD todavía eran consideradas un objeto de estudio emergente. Durante el proceso de recolección de la muestra y su posterior análisis hemos sido testigos de la aparición -el llamado boom- de las ONGD y de su consolidación e institucionalización en España. Sin embargo, se trata de un proceso de consolidación identitaria inacabado, lo que ha provocado que, hasta una fecha reciente, fueran escasísimos los estudios e investigaciones relacionados con el Tercer Sector en general y con las ONGD de modo particular. La elaboración teórica sobre la función de las ONG ha estado ligada a la teorización y definición del Tercer Sector, a ese espacio intermedio entre el Estado y la empresa que ha ido absorbiendo no sólo los postulados de la economía social sino también los del asociacionismo y de los movimientos sociales, en cuanto modelo teórico, legislativo, económico, político y, por supuesto, discursivo.

Durante estos años no han abundado las obras que se orientaran a analizar el panorama que estaban dibujando las ONGD y, menos aún, han existido estudios que ahondaran en sus aspectos discursivos. Si bien esta pobreza analítica se ha debido en gran medida al incipiente desarrollo del fenómeno, “tampoco podemos ignorar que la tendencia general en los últimos años (ha sido) situar todo lo referido a estas organizaciones sociales en el espacio de lo incuestionable, por la dimensión humanitaria de su labor y la acumulación de valores positivos de los que se han rodeado”. Este es un terreno, el de la solidaridad y la cooperación internacional, en el que muchos de los enfoques teóricos desde donde se trabaja forman parte de la misma formación discursiva que deseamos analizar, participando de los mecanismos disciplinarios que ayudan a delimitarla y definirla, en los que los planos ideológicos y teóricos se entremezclan y ciertas premisas no son discutidas.

Este tratamiento “ha limitado en gran medida la posibilidad de llevar a cabo análisis críticos, que no se inserten en el discurso políticamente correcto edificado alrededor de ellas” (Carlos

Gómez Gil, 2005:14). La positiva imagen pública de estas organizaciones, asociada a valores como el altruismo, el desinterés, la compasión, etc., su férreo posicionamiento como adalides de los aspectos bondadosos de nuestra sociedad, así como su funcionalidad con respecto al sistema de orden social, económico, político y moral hegemónico, son algunos factores que explican la carencia de estudios teóricos y analíticos más críticos.

Uno de los problemas principales cuando se trabaja sobre conceptos tan cargados como solidaridad, justicia, compasión o pobreza, es la definición de dichos términos y la tentación de dotarlos de un contenido normativo posible de aplicar posteriormente a los objetos de análisis.

Hemos afrontado, no sin dificultad, el problema de las buenas intenciones y la necesidad de vencer una visión excesivamente optimista y voluntariosa por parte del investigador. Al mismo tiempo, consideramos un deber explicitar el compromiso ético, social y político que inevitablemente rige el trabajo y los puntos de vista adoptados, la defensa de una “sociología de las emergencias” (De Sousa, 2005), en la que se concede valor a la imaginación, eso sí, a una imaginación crítica.

Sin embargo, hoy en día la producción analítica sobre este particular, que ha sufrido casi el mismo incremento exponencial que las propias ONGD, ha sido y sigue siendo un espacio altamente ideologizado. Una amplia mayoría de los trabajos es realizada y editada por personas que, de una manera u otra participan en el sector de la ONGD, por lo cual los posicionamientos, ideas y prejuicios al respecto son moneda corriente. El compromiso intelectual y personal de muchos de estos autores ha limitado, en ocasiones, los puntos de vista controvertidos, dejando excesivo espacio al voluntarismo y a la justificación, aceptando acuerdos de mínimos y centrándose a menudo en el corto plazo.

## 1.4 La categoría ONG

Nuestro objeto de estudio, ya lo hemos apuntado, no son las ONGD – como entidad sociológica- sino la formación discursiva que éstas promueven, articulada en torno a la noción de Solidaridad, y el desarrollo de un tipo particular de experiencia cultural. Este foco nos lleva a abordar asuntos y aspectos teóricos que sobrepasan la acción y el territorio de influencia de las ONGD. A lo largo de los capítulos de este trabajo se analizará la estructura de sentimiento y las figuraciones que promueven los discursos solidarios, específicamente aquellos inscritos en las tópicas y estrategias discursivas de la publicidad social de dichas entidades.

Durante las últimas dos décadas hemos asistido a una nueva forma de comprender y de llevar a cabo la acción colectiva. El actor dominante en este modelo es la ONG y son las ONGD. Dentro de los márgenes de este campo de discursos que se articula en la formación de la solidaridad opera lo de hemos identificado como la categoría ONG, es decir, un modelo hegemónico de organización, que se descubre como un prototipo de intervención y participación social, conceptualizada en esta tesis como sistema experto. Por esta razón, la ONG funciona como patrón, modelo y categoría del fenómeno, a la vez que las ONGD son, pese a su denominación uniforme, un conjunto amorfo y heterogéneo en el que conviven una serie diversificada de entidades sociales, instituciones que cobran cuerpo y contorno en el marco de la formación discursiva de la solidaridad.

A mediados de la década de los 90, González Parada definía a las ONGD como “asociaciones o fundaciones de carácter privado y sin ánimo de lucro, que tienen como objetivos en el campo internacional la ayuda de emergencia en casos de desastres, la ayuda humanitaria o la ayuda al desarrollo.” (González Parada, 1995:26). Este autor percibió que dentro del término o marco ONG había que incluir también las organizaciones de asistencia social<sup>4</sup>. González Parada estaba ya convencido de que “el concepto de oenegé es hoy un puré ideológico donde todo cabe”. Un punto de vista que, a nuestro juicio, continúa estando hoy en lo cierto.

No obstante, este estudioso no se olvidó de matizar en su análisis que tanto para los autores que se han ocupado de esta área como para los públicos, el modelo sobre el que se sostiene la categoría popular ONG es el de las organizaciones dedicadas a la ayuda internacional o a la cooperación al desarrollo: “Lo cierto es que son las organizaciones preocupadas por el Tercer Mundo las que popularizan la adopción de la ya famosa sigla, hasta el punto que hoy se identifica “oenegé” con algo que ocurre en el Sur del Planeta, lo mismo que la palabra DOMUND activa en la memoria la imagen de la hucha” (González Parada, 1995:260).

La evolución desde el 1995 es notable, en cuanto hoy el término está mucho más extendido y sus definiciones se han complicado. Sin embargo sigue siendo útil y, a menudo cierta, la descripción del modelo “simplificado” que se halla tras la categoría ONG. “Hay un prototipo de ONG que tiende a convertirse en modelo o patrón: se trata de una asociación amplia, con abundante información sobre los países del Sur, que conoce y difunde diversos proyectos de

---

<sup>4</sup> Autores como Gómez Gil (2005:26), han destacado cómo tuvo lugar una condensación bajo la fórmula de ONG de organizaciones e instituciones de muy distinto signo. Si bien, lo que nos separa de análisis como el de este autor es que no nos interesa investigar acerca de la supuesta premeditación de este fenómeno –provocada por estrategias políticas predefinidas–, sino considerarlo como un fenómeno social en cuya interpretación son pertinentes otras claves que difieren de las explicaciones intencionales atribuidas a actores socio-políticos definidos.

ayuda, para los que captan fondos en su mayoría provenientes de Instituciones públicas, y a los que se aporta la dedicación de sus miembros en alguna o en todas las fases del proyecto, a saber: diseño, difusión, ejecución, administración y evaluación” (González Parada, 195:27). Desde su nacimiento, y aún hoy, la palabra ONG no se pronuncia sin asociarse con las relaciones Norte / Sur y la cooperación internacional, operando como nudo de un universo de sentido y de un campo de discursos. No es posible emplear dicho término sin que se active en la memoria compartida los imaginarios asociados a las relaciones Norte-Sur, incluso cuando ya el término está plenamente integrado en el terreno de la acción social en el marco de las fronteras domésticas. Tampoco se utiliza sin que aparezcan junto a ella los presupuestos sobre los que nuestra sociedad ha construido la relación entre el sistema de ayuda y el orden social moral (Simmel, 1977), cuestión a la que nos aproximaremos brevemente en esta introducción.

## 1.5 Corpus de análisis

Esta tesis doctoral analiza la publicidad de las ONGD a lo largo de una década, entre 1999 y 2009. La mayor parte de la muestra de publicidad recogida consiste en publicidad gráfica: anuncios en prensa diaria, semanal, postales gratuitas, folletos, revistas, memorias. También forman parte de la muestra anuncios de televisión, y durante los dos últimos años se ha rastreado material en formato electrónico: banners, páginas web, etc.

En la elaboración del corpus de análisis se realizaron dos búsquedas intensivas. En la primera se acudió a las propias ONGD y se hizo una petición de material (a lo largo del año 2000 se demandó a las entidades que, en aquel momento, tenían más presencia mediática y contaban con departamentos de comunicación que nos proporcionaran sus avisos y dispositivos de difusión). La segunda recogida intensiva se realizó en la VII Feria de la solidaridad, el año 2003, en la que se recopilaron, fundamentalmente, memorias, revistas y folletos. Además, a lo largo de estos diez años, se ha rastreado de forma continuada este campo de discursos, recopilando todos los materiales considerados de interés para el estudio, y prestando especial atención a aquellas organizaciones de las que ya se tenía material previo, de manera de observar se evolución.

Ambas recogidas de muestras y el seguimiento continuo se han realizado en Madrid, de donde proviene el mayor porcentaje de textos. La capital es el lugar donde la mayoría de las ONGD tienen su sede y la ciudad donde está la coordinadora nacional (CONGDE) <sup>5</sup>. No obstante, a lo

---

<sup>5</sup> Incluimos también en nuestra muestra a la organización Amnistía Internacional, aunque no se dedica a la cooperación, está enmarcada como parte del espacio simbólico de las ONGD y por ello recogemos

largo de este tiempo no se ha descartado la obtención de materiales desde cada desplazamiento que hemos realizado, y así se incorporaron dispositivos de otras regiones de España como Cataluña, Cantabria o Galicia, y de estancias en el extranjero, por ejemplo en Nottingham (Inglaterra, 2002) y Bolonia (Italia, 2003).

No es siempre posible fechar y determinar un periodo y/o medio de difusión específico de la campaña, ya que como tendremos ocasión de explicar, dada la extendida práctica de inserción publicitaria gratuita, no existen periodos fijos de aparición. Por ejemplo, la publicidad de emergencias aparece en los momentos en que éstas tienen lugar al hilo de la actualidad. También hay periodos propicios, como el verano, porque la inversión publicitaria convencional disminuye y los medios están más dispuestos a insertar publicidad gratuita de estas organizaciones, o tiempos ligados ritualmente a la solidaridad, como la Navidad.

No obstante, a lo largo de este tiempo, hemos apreciado el incremento del número de organizaciones que realizan campañas anuales, con más o menos estabilidad y que son las que componen, mayoritariamente, nuestro corpus. La tendencia a tener, con el paso del tiempo, cada vez un mayor número de campañas publicitarias de un menor número de organizaciones se debe a varios factores; en primer lugar, a que ciertas ONGD han establecido unas estrategias de comunicación basadas en una intensificación de su presencia mediática, mientras que otras han optado bien por limitar su publicidad o bien por establecer campañas mucho más sectoriales. En segundo lugar, esta tesis da cuenta de un proceso de transformación de la presencia pública de las ONGD. Esto último implica que, mientras a finales de la década de los noventa y principios del nuevo siglo las ONGD y su publicidad ocupaban un lugar central en el espacio mediático y se posicionaban como actores y tendencias emergentes en auge en este ámbito, con el paso de los años hemos encontrado otras estrategias y dinámicas de aparición que, entre otras cosas, se caracterizan por una restricción de sus discursos publicitarios.

En términos generales creemos que actualmente existe una crisis del modelo<sup>6</sup> que ha sido hegemónico durante los últimos años –caracterizado por la primacía de la publicidad social- y

---

una de sus últimas campañas dentro de esta muestra. Las campañas de esta organización en alianza con otras ONGD como Intermón o MSF corroboran este argumento.

<sup>6</sup> Esta crisis que convive con un amplio y creciente reconocimiento social es una expresión más de la ambivalencia, aparentemente paradójica, que ha acompañado a las ONG en todo su proceso evolutivo. La crisis de confianza, permanente, que aqueja a las ONGD, y a la que aluden incluso ellas mismas en su publicidad y que se identifica con conceptos como “la fatiga del donante”, no es óbice para que este modelo haya triunfado y adquirido un respaldo social inusitado, pese a las críticas y recelos que les han acompañado y lo siguen haciendo, de ahí que se perciba un interés en este sector por las discusiones en torno a la cuestión de la transparencia.

del que da cuenta la mayor parte de los análisis desarrollados en esta investigación. Sin embargo, esta crisis, tal vez solo apuntada, corre en paralelo con la institucionalización definitiva de estas organizaciones y la aceptación generalizada de la solidaridad y las causas sociales como un valor en alza.

Entre otros, la solidaridad es un valor en alza para el mercado económico, ya que, como tendremos ocasión de comentar, empresas e instituciones públicas han asumido dicho valor como un elemento casi imprescindible en la definición de su posicionamiento social. Por eso, junto con la muestra amplia de publicidad de ONGD, hemos recogido muchos otros anuncios folletos de campañas de “marketing con causa” o de empresas que realizan marketing social corporativo, que han resultado relevantes para la comprensión del objeto de estudio, como el caso de Benetton.

No pretendemos trabajar sobre una muestra exhaustiva en la que esté presente todo lo que existe, pero sí creemos que es lo suficientemente amplia como para dar cuenta de la formación discursiva que construye y refleja. Como Goffman señala podríamos decir que hemos seleccionado unas series que, “gracias a un orden no exento de malicia, permiten exponer, delimitar y bosquejar un tema preciso” (Goffman, 1991:136). Abandonamos la idea de la representatividad determinable que se sostiene sobre la segura elección de un universo de referencia definido, compuesto por X periodos en X medios, por cuanto, como bien explica el autor, ello nos conduce a un nuevo estudio, y es saber si dentro de él dicha muestra puede generalizarse. La red de seguridad con la que contamos es la amplitud de la muestra, “porque cuanto mayor sea la colección del investigador, mayor será su certeza de ver confirmado lo que cree haber descubierto en tal ejemplar” (Goffman, 1991: 137).

Para la elaboración del catálogo final hemos seleccionado 417 campañas y anuncios diversos, que pertenecen a 44 ONG diferentes, además de las campañas de la CONGDE y 16 campañas colectivas de distintas ONG en alianza. Esta muestra está formada, fundamentalmente, por piezas de publicidad gráfica (anuncios, folletos, postales, carteles), si bien incluimos además 29 anuncios de televisión y al menos 25 campañas que incorporan algún material electrónico (página web, correo-electrónico, banner, etc.). El listado completo se puede consultar en el “Catálogo” anexo.

A lo largo de la tesis complementamos esta muestra con publicidad producida en colaboración entre ONGD y empresas, así como con otro tipo de textos mediáticos sobre la solidaridad (programas de televisión, series de ficción y fotografía de prensa). Aunque la muestra presenta anuncios que recorren una horquilla amplia, desde el primer anuncio de Cáritas en 1981 hasta



los últimos recogidos en 2009, el grueso de los avisos se concentra en la década que va de 1999 a 2009.

La elaboración de una muestra de estas características, afirma Goffman, nos enfrenta a las tres dimensiones: de descubrimiento, exposición y prueba. “El interés de tener diversos ejemplos en imágenes de un tema único es que aporten un abanico de distintos planos contextuales secundarios que vengan a aclarar diferencias ocultas, aún mostrando un trazo único” (Goffman, 1991: 38). Apoyamos esta postura que ve la estructura en la fusión de “desviaciones aparentes” y observaremos cómo en la publicidad se hacen concordar estrategias discursivas específicas que adquieren sentido en el marco de una misma formación de la que esta tesis da cuenta.

## 1.6 La construcción sociohistórica del Objeto: la formación discursiva

Barthes explicó que para describir y clasificar la infinidad de los relatos hace falta una teoría y, es en esa búsqueda y en ese esbozo donde hay que trabajar primero (Barthes, 1997:165). Como sabemos, son las perspectivas y los instrumentos teóricos y metodológicos los que orientan la delimitación del objeto de investigación.

Las herramientas conceptuales que se desarrollan a lo largo de este capítulo tienen su base y eje de articulación en el trabajo de Foucault, y más concretamente en *La arqueología del saber* (1999), desde donde se despliegan a partir de la noción de formación discursiva, que sirve de eje a este trabajo en cuanto analizamos la conformación de la formación discursiva de la solidaridad<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Este enfoque sigue la línea abierta, entre otros, por la investigación de Arturo Escobar, *Encountering Development. The making and unmaking of the Third World*, publicada en 1996 y de la cual existe una traducción al español con el título *La invención del Tercer Mundo, construcción y deconstrucción*. En palabras del propio Escobar, el objetivo de su investigación es: “hablar del desarrollo como una experiencia históricamente singular, como la creación de un dominio del pensamiento y de la acción, analizando las características e interrelaciones de los tres ejes que lo definen: las formas de conocimiento que a él se refieren, a través de las cuales llega a existir y es elaborado en objetos, conceptos y teorías; el sistema de poder que regula su práctica y las formas de subjetividad fomentadas por este discurso, aquellas por las que las personas llegan a reconocerse a si mismas como “desarrolladas” o “subdesarrolladas”. El conjunto de formas que se hallan a lo largo de estos ejes constituye el desarrollo como formación discursiva, dando origen a un aparato eficiente que relaciona sistemáticamente las formas de conocimiento con las técnicas de poder” (Escobar, 1998:31)

Para Foucault el discurso es el conjunto de enunciados en tanto que dependan de la misma formación discursiva y ésta se define a su vez como un “sistema de dispersión”<sup>8</sup> (Foucault, 1999:62) que regula las relaciones complejas, heterogéneas y divergentes entre los enunciados. “En el caso de que entre los objetos, los tiempos de enunciación, los conceptos, las elecciones temáticas, se pudiera definir una regularidad (un orden, correlaciones, posiciones en funcionamientos, transformaciones), se dirá, por convención que se trata de una *formación discursiva*” (Foucault, 1999:62). Dichos enunciados comparten las condiciones de existencia, lo que convierte al discurso en un fenómeno histórico y plantea con ello el problema de sus propios límites, cortes, transformaciones y de los modos específicos de su temporalidad. Siguiendo este planteamiento, la práctica discursiva queda definida en el trabajo foucautiano como “un conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio que han definido en una época dada y para un área social, económica, geográfica o lingüística dada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa” (Foucault, 1999:198).

No obstante, el enfoque de esta tesis maneja una noción de discurso en la que confluyen las prácticas enunciativas y las formaciones discursivas con su inserción en el espacio singular e intersubjetivo de los individuos. Una postura que actualiza la propuesta de Foucault, a la luz de los estudios culturales contemporáneos, especialmente, los que se ocupan de la construcción de formaciones discursivas mediatizadas.

Como apunta Peñamarín, en la investigación actual sobre comunicación y discurso es imprescindible atender al fenómeno de la mediatización, entendiendo como tal “la dinámica de participación de los sujetos sociales en el entorno virtual de los flujos mediáticos deslocalizados, donde adquieren recursos cognitivos y simbólicos que, una vez apropiados y territorializados en procesos intersubjetivos –en los que son mediadores los amigos, la familia, la educación, las redes sociales- entran a formar parte de los materiales de los que se sirven esos sujetos para formar sus identidades y sus modelos cognitivos, éticos, estéticos y políticos”

---

<sup>8</sup> Foucault aporta una definición aproximativa de lo que constituye este sistema de dispersión (1999:61). En este sentido, la formación discursiva más que por unidades y continuidades está compuesta por “series con lagunas, y entrecruzadas, juegos de diferencias, de desviaciones, de sustituciones, de transformaciones; (...); formulaciones de niveles sobremanera diferentes y de funciones sobremanera heterogéneas, para poder ligarse y componerse en una figura única y para asimilar a través del tiempo, más allá de las obras individuales, una especie de gran texto interrumpido (...); conceptos que difieren por la estructura y por las reglas de utilización, que se ignoran o se excluyen unos a otros y que no pueden entrar en la unidad de una arquitectura lógica(...); posibilidades estratégicas diversas que permiten la activación de temas incompatibles, o aún la incorporación de un mismo tema a conjuntos diferentes”.

(Peñamarín, 2008:67). Esta orientación mixta sobre los sistemas y las reglas cristalizadas, y la capacidad de apropiación en los espacios intersubjetivos, guía la elección y elaboración de todos los conceptos e instrumentos teóricos comenzando por el de formación discursiva.

### 1.6.1 Elaboración de un corpus

“Yo sé que existo porque tú me imaginas”  
Ángel González.

El primer aspecto que quisiéramos destacar en torno a la formación discursiva redundaría en la idea de que es un concepto teórico-metodológico que describe una unidad de análisis definida por el investigador. Son unidades discursivas culturales construidas por los investigadores más allá de fronteras preestablecidas por lo social; es decir, pueden no funcionar socialmente como tópicos institucionalizados y reconocidos, incluso, desde el punto de vista de los enunciadores implicados, podrían ser negadas. Por esta razón, Maingueneau (1991) caracteriza a las formaciones discursivas como “unidades no tópicas”.

La formación discursiva puede estudiarse mediante la conformación de un corpus de carácter socio-histórico escogido por el investigador, que procura detectar inscripciones de temas y tipos de discurso muy variables en los textos culturales<sup>9</sup>. La formación discursiva es un término que sirve para analizar el discurso racista, el patronal, el postcolonial y, en nuestro caso, para acercarnos al discurso solidario. Según explica Maingueneau, la formación discursiva no puede confundirse con un registro, un género o un subgénero discursivo concreto, ni con un dominio discursivo, ni siquiera con una temática, sino que es algo que está antes y después de estas dimensiones, pues trata de las regularidades discursivas que pueden atravesar géneros y temáticas con el fin de caracterizar el posicionamiento ideológico, social y político de una instancia enunciativa.

Explorando un amplio campo de discursos, el investigador establece un corpus que le dará acceso a la formación discursiva, si bien dicho corpus no está establecido a priori ni obedece a unas reglas fijas, sino que puede provenir de diversos lugares sociales, corresponder a géneros y tipos de discurso variables, e incluso a discursos específicamente producidos con el objetivo

<sup>9</sup> Foucault señala una serie de problemas de orden metodológicos que una investigación de estas características debe resolver: “la constitución de *corpus* coherentes y homogéneos de documentos (...), el establecimiento de un principio de elección, (...) la definición del nivel de análisis y de los elementos que son para él pertinentes (...), la especificación de un método de análisis (...), la determinación de las relaciones que permiten caracterizar un conjunto” (Foucault, 1999:17).

de recuperar o dar cuerpo a una formación discursiva -éste sería el caso de los grupos de discusión que se realizaron y formaron parte del corpus de discursos que esta investigación tuvo en cuenta.

Por otra parte, para que una formación discursiva aparezca deben darse las condiciones históricas pertinentes que faciliten el surgimiento de los objetos, sujetos, instituciones y condiciones de producción que la delimitan. Tanto la revisión histórica de los discursos en torno a la solidaridad, como el rastreo genealógico de las estrategias discursivas de las ONGD, así como el contexto socio-político de aparición del sistema experto solidario, que se incluyen en esta tesis, pretenden ser una aproximación a estas condiciones históricas.

¿Qué aspectos son síntomas o huellas de la existencia o emergencia de una formación discursiva? Maingueneau (1991) apunta algunos de los elementos a través de los cuales la formación discursiva adquiere cuerpo: vocabularios, estructuras retórico-gramaticales, géneros, modos de intertextualidad, *ethos* discursivos y escenas de enunciación tópicas. Todos ellos deben estar dotados de la originalidad suficiente para resistir la evolución cronológica, los cambios temáticos y las traslaciones genéricas que afectan a las ocurrencias discursivas del corpus de dicha formación.

Una formación discursiva se caracteriza, básicamente, por la existencia de una serie de regularidades que configuran objetos, sujetos, conceptos y estrategias. No obstante, todos éstos no pueden ser definidos a partir de esencias apriorísticas y estables sino que su conformación es, al mismo tiempo, sustento de la formación discursiva y resultado de la existencia y activación de la misma.

La formación está definida por las reglas que rigen sus condiciones de producción, e inciden en cómo se reparten y distribuyen los objetos de un campo de discursos, en sus modalidades de enunciación, en los conceptos que moviliza y en la tematización y las estrategias que posibilita. Estas reglas permiten no sólo la existencia de un conjunto de discursos, sino también su ausencia, es decir, en consonancia con los planteamientos de la polifonía y dialogismo bajtiniano, las relaciones de coexistencia, de transformación, de persistencia e incluso de desaparición de ciertas voces o ciertos discursos. En resumen, para acceder a la formación discursiva hay que reestablecer e interpretar las cadenas de inferencias y los “sistemas de dispersión”; las regularidades y rupturas; los espacios de frontera que se hallan en tensión con los núcleos estabilizados.

Paradójicamente aunque nos refiramos a regularidades, cuando analizamos una formación discursiva no hay que poner el énfasis, o al menos no en primer lugar, sobre los elementos

estables y fijos. La tensión entre las dimensiones constitutivas y constituyentes de la formación, esto es, su hacer preformativo, nos indica que la unidad se sostiene no sobre un dominio de objetos predefinido, sino “sobre series de lagunas, diferencias, desviaciones, sustituciones, transformaciones” (Foucault, 1999:61). Tampoco se puede reclamar un único tipo de enunciación, sino que la enunciación se caracterizará, como explica Maingueneau, por su mostrada heterogeneidad constitutiva. Los conceptos que la conforman tampoco construyen una arquitectura de sentido lógico, sino que funcionan a través del movimiento inferencial en el que tiene cabida la ambigüedad o la contradicción. En definitiva, la formación discursiva no describe una temática uniforme sino el espacio en el que se despliegan estrategias diversas y polifónicas a través de las que se configura un tipo de experiencia, en este caso, la experiencia cultural de la solidaridad.

Veamos a continuación, con algo más de detalle, qué significa la conformación de objetos, sujetos, conceptos y estrategias.

### 1.6.2 Formación de objetos y modalidades enunciativas

Foucault (1999:65-81) destaca de la formación de objetos las superficies de emergencia; esto es, dónde y en qué espacios se habla del objeto de la formación. Nuestra hipótesis es que la publicidad social es una superficie de emergencia privilegiada para la formación discursiva de la solidaridad, en general; esto es, que el espacio mediático es prioritario por encima de otros espacios de discurso como el de los movimientos sociales, el educativo o el político. La mediatización de la formación discursiva de la solidaridad ha sido imprescindible para visibilizar dicho fenómeno, ofrecerle un nombre y una identidad, y promover una categorización hegemónica.

Su espacio se define gracias a las instancias de delimitación, es decir, de qué otros asuntos y espacios se diferencia. La solidaridad durante las últimas dos décadas se ha construido confrontándose y dialogando con otros espacios socio-discursivos. Por ejemplo, se ha diferenciado de la caridad y del ámbito de actuación de las iglesias gracias al proceso de secularización. Por otro lado, frente a los discursos politizados y reivindicativos de los movimientos sociales ha optado por la institucionalización.

Otro elemento imprescindible para la conformación de objetos son, lo que Foucault llama, las *rejillas de especificación*, esto es, el modo en que se conceptualiza la formación. En esta tesis, abordamos cuatro modos, evidentemente interconectados, de conceptualizar la solidaridad: en primer lugar, como una estructura de sentimiento; en segundo término como un saber y

sistema experto; en tercer lugar como un *ethos* y estética específica y, por último, como una propuesta de compromiso ético-político.

Una de las maneras de establecer estas rejillas de especificación o conceptualizaciones deriva de la construcción e institucionalización de vocabularios específicos. La formación discursiva de la solidaridad ha generado un campo de conceptos y nociones que han sido recogidos en diversos diccionarios. Por ejemplo, en el *Diccionario de la Solidaridad*, editado por Tirant Lo Blanch (2003), podemos organizar las palabras que definen la formación discursiva de la solidaridad en las siguientes categorías:

- ⊙ *Valores*: altruismo, amistad, beneficencia, código ético, fraternidad, solidaridad, don y gratuidad, hospitalidad, compromiso social, solidaridad, utopía, diversidad cultural
- ⊙ *Descripción del contexto sociológico*: globalización, individualismo, individualización, economía social, estado del bienestar, régimen de bienestar.
- ⊙ *Actores implicados individuales y colectivos*: buen samaritano, comunidad, mujeres y hombres ante la solidaridad, sociedad civil, capital social, tercer sector, redes sociales, movimientos sociales, asociación, fundación, ONGD.
- ⊙ *Prácticas*: ciudadanía, participación ciudadana, objeción de conciencia, trabajo cívico, voluntariados, identidad y diferenciación, integración e inserción
- ⊙ *Objetos de atención o problemas*: deuda externa, discapacidad, exclusión social, inmigración, pobreza

También podemos rastrear los objetos de nuestra formación discursiva en lugares especializados, como es el caso del *Diccionario de Acción Humanitaria* (2000). Aunque los bloques temáticos guardan algunas relaciones con el anterior, la orientación técnica de esta segunda obra concede una mayor presencia a la parte experta de la solidaridad, ligada a la cooperación para el desarrollo, antes que a los aspectos de participación ciudadana, voluntariado y valores morales. La distribución temática de este diccionario corresponde a los siguientes bloques: actores, cooperación y ayuda, derechos, desarrollo y subdesarrollo, desastres y conflictos, género, mujeres, salud, sectores vulnerables, técnicas y enfoques.

En este diccionario, la solidaridad no aparece como un término autónomo sino adjetivada como solidaridad internacional y vinculada a los movimientos políticos de izquierdas. En la versión on-line del diccionario se puede leer que la solidaridad internacional es “Corriente de solidaridad y apoyo político a los movimientos populares y de liberación nacional de países del Sur, basada en la denuncia del orden económico y político internacional, así como en una posición independiente y crítica respecto a las políticas exteriores y de cooperación de los

gobiernos. Numerosos colectivos inspirados en el internacionalismo centran su actividad en la solidaridad de carácter político hacia los pueblos del tercer mundo, con unas características que les diferencian de las ONG de desarrollo habituales”.

Por el contrario, en la definición de solidaridad que aporta Imanol Zubero (2003:463-475), en la obra editada por la *Fundació de la solidaritat i el voluntariat* de Valencia, el énfasis se pone en las acciones de voluntariado, los valores morales y el capital afectivo que mueven a estas acciones caracterizadas como acciones individuales, que no tienen la denuncia como elemento idiosincrásico esencial. En la voz solidaridad se afirma: “en más de un aspecto, decir voluntariado y decir solidaridad es sustancialmente lo mismo, hasta el punto de que en muchas ocasiones, tanto entre los analistas del fenómeno voluntario como entre los participantes del movimiento, se habla indistintamente de organizaciones voluntarias o de organizaciones de solidaridad. El voluntariado organizado es, básicamente, un movimiento cuyo objetivo fundamental es promover y sostener iniciativas ciudadanas de solidaridad. Si algo es -debe ser- el movimiento voluntario es una compleja y precisa máquina multiplicadora de solidaridad: el combustible del que se nutre es la solidaridad existente en el cuerpo social, solidaridad que devuelve a la sociedad purificada y multiplicada” (2001:463).

En estos casos, la primera concepción representa la posición hegemónica que defiende la centralidad y legitimidad del modelo ONG, mientras que la segunda cuestiona, desde un lugar en parte contra-hegemónico, dicha centralidad. Pese a que ambos conceptos parecen enfrentados, estas contradicciones son las que posibilitan su pertenencia a una formación discursiva de carácter siempre polifónico. Estos dos planteamientos son un par de ejemplos, de los muchos que recoge este trabajo, y gracias a los que puede describirse un espectro en el que el objeto solidaridad emerge, a pesar que, o más aún porque, los discursos que lo delimitan adquieren sentidos, en apariencia, divergentes.

En el marco de una formación discursiva las tareas de emergencia, delimitación y especificación de los objetos se relacionan entre sí. Cada objeto de la formación tiene la capacidad de vincularse con otros, establecer y jerarquizar relaciones a través de las que se crea una especie de red de interpretantes, en sentido peirciano. El objeto solidaridad, tal y como se cristaliza en los discursos mediáticos españoles actuales, reclama la noción de ONGD. De ella emergen otros objetos-agentes como los voluntarios, socios y donantes. Otro ejemplo: si la solidaridad moviliza la compasión, los infelices y las víctimas, las ONGD activan a los beneficiarios y los agradecidos, dos tipos de agentes (o figuraciones) que gracias a la red, en ocasiones, se identifican entre sí, incluso quedando subsumidos unos en otros.

Los objetos no pueden existir al margen de los afectos, creencias y posiciones ideológicas que los delimitan y especifican. La formación discursiva es la que provee estas lógicas, es decir, las leyes que establecen los lugares, vínculos y jerarquizaciones tanto de aquellos objetos que forman parte de ella como de los que quedan excluidos, o bien participan de la misma desde un espacio fronterizo.

Estas lógicas son las condiciones de producción de un discurso que no puede sino comprenderse como una práctica. Según Maingueneau, las condiciones de producción son un conjunto inconexo de factores de entre los que se deducen los elementos que permiten describir una coyuntura. Estos factores no son fuerzas mecánicas y externas a los enunciados, sino constituyentes necesarios de su estructura semántica. Parte del trabajo que se lleva a cabo en este trabajo consiste en identificar el conjunto de reglas adecuadas a la práctica discursiva solidaria, ésas de las que derivan prácticas de organización institucional, de organización del sentido, de los afectos, creencias y valores. Entre todas, sin embargo, nos interesan las prácticas de mediación que esta formación discursiva propone a través del establecimiento de su objeto principal: la solidaridad.

Si los discursos son prácticas que conforman los objetos de que hablan, eso significa que su elemento característico es su capacidad performativa (Foucault, 1999:81). En el sentido peirciano se trata de buscar no sólo las inferencias, sino de describir, como decimos, las reglas, los hábitos de interpretación y de afectividad que los discursos activan y permiten.

Para Foucault, la práctica discursiva constituye el sistema que permite que en una formación se produzca la dispersión de una serie de emplazamientos institucionales que un sujeto de la enunciación puede ocupar. A lo largo de este trabajo consideraremos dichos emplazamientos como un espacio de mediación construido a través de la arquitectura enunciacional que la formación discursiva despliega.

Para describir la formación de modalidades enunciativas (Foucault, 1999:82-90) acudimos al concepto de arquitectura enunciacional, ya que éste da cuenta de la condición dispersa del sujeto. Esta dispersión, o figuración construida a partir de un sujeto concebido como posición múltiple, se establece a través de la articulación<sup>10</sup> de diferencias y multiplicidades que afectan

---

<sup>10</sup> Una articulación es por tanto la forma de conexión que puede producir una unidad de elementos diferentes, bajo determinadas condiciones. Es una unión que no es necesaria, determinada, absoluta y esencial para siempre jamás. Hay que preguntar, ¿bajo qué circunstancias puede ser producida o forjada una relación? Por lo que la llamada “unidad” de un discurso es en realidad la articulación de elementos diferentes, específicos que pueden ser re-articulados en formas diversas dado que no poseen una necesaria “pertenencia” mutua. La “unidad” que importa es un enlace entre ese discurso articulado y las



al estatuto que se reconoce a los sujetos, a la institución desde la que hablan y la posición enunciativa que adoptan.

El estatuto de los sujetos se sostiene y es sostenido por una institución dotada de autoridad, legitimidad y un acervo de valores compartidos. El proceso constitutivo y constituyente de la práctica discursiva de la solidaridad configura una institución particular que se va desligando y diferenciando de otros espacios institucionales, por ejemplo, iglesias, partidos políticos, sindicatos, etc.

Las comunidades discursivas delimitadas a través de esta arquitectura enunciativa no son instituciones fijas, concebidas al margen del discurso en una especie de plano material autónomo, sino que emergen y se constituyen por y en la acción enunciativa, como modos de vida específicos. Como puntualiza Maingueneau, no existe un conjunto de representaciones más o menos organizadas a las que después se le asocia o atribuye una estructura compleja de organizaciones. Los sujetos, individuales y colectivos, se inscriben en procesos de organización socio-discursiva. Estas relaciones, dirá Foucault, se hallan establecidas entre instituciones, procesos económicos y sociales, formas de comportamiento, sistemas de normas, técnicas, tipos de clasificación, modos de caracterización” (Foucault, 1999:77).

De dicho proceso emerge un conjunto de voces socio-discursivas que, según Gonzalo Abril, son “expresiones de subjetividad que son definibles hipotéticamente a la vez en la estructura interacción social y en los sistemas-procesos discursivos” (Abril, 1994:50). Según el autor la actuación discursiva de un actor exige la adopción alternativa o simultánea de todas o algunas de esas voces. Desde este punto de vista, el análisis de la publicidad de las ONGD nos permite observar cómo el sujeto que enuncia la solidaridad adquiere un estatuto múltiple según el tipo de apropiación de las voces sociodiscursivas que lleve a cabo (Abril, 1994:51). Estas voces van desde la voz de autoridad del portavoz, figurativizado bien como delegado de un sistema experto, bien como voz de la conciencia, hasta la voz del compromiso adoptado por un sujeto social, como la ciudadanía global.

El estatuto hegemónico que dominará la formación es el que reconoce al sujeto de la enunciación la autoridad y legitimidad necesaria para ser la “voz de los sin voz”, basándose en un reconocimiento de su saber, de sus buenos sentimientos, su *ethos* sincero y auténtico, es decir, una voz sociodiscursiva que remite a rituales y posiciones de interacción particulares. Este estatuto desplaza otras voces posibles que participan de la formación, aunque sea desde

---

fuerzas sociales con las cuales puede conectarse, bajo ciertas condiciones históricas, aunque no necesarias”(Hall, S. citado en Romero y García: 2002:50).

su negación. Este es el caso de la voz de las víctimas, la del movimiento altermundista de resistencia global, o las que promoverían otra serie de reglas morales y sociodiscursivas subalternas.

La institución de la solidaridad articula, además, una serie de posiciones enunciativas, que como profundizaremos en el análisis, varían desde la posición del sentimentalismo hasta la de la denuncia; del lugar del experto que excluye de su saber a los destinatarios, hasta la posición inclusiva que interpela a una ciudadanía global; desde la posición panóptica que ensalza a un espectador imparcial, hasta la propuesta de una mirada situada y comprometida que puede apuntar tanto a la culpabilidad como a la responsabilidad. Las figuras y posiciones múltiples que aparecen a lo largo de las páginas de este trabajo hablan de la dispersión de un sujeto que, sin embargo, no se pierde sino que queda fijado –aunque sea de forma precaria– gracias al entramado de la arquitectura enunciativa. Sólo de esta forma podemos encontrar las continuidades y la lógica que las articula: al gestor y al comprometido, al militante y al voluntario, a la estrategia mercantil y publicitaria con la moral altruista y desinteresada.

En consonancia con la propuesta de Foucault, lo que el análisis trata de mostrar son las regularidades dentro de un campo de dispersión, las fracturas sostenidas sobre la continuidad, esto es, explicar cómo pueden convivir en la dinámica de una misma formación discursiva posiciones de discurso aparentemente contradictorias.

### 1.6.3 Formación de conceptos y estrategias

El análisis de la formación discursiva nos permite dar cuenta también de los conceptos que la forman y de la manera en la que, a través de un campo de discursos, éstos operan y circulan de unos enunciados a otros, activando los procesos de intertextualidad (Foucault, 1999:91-104). En su obra Foucault remite a los procesos de sucesión discursiva, al enmarcado de conceptos, la co-existencia o intersección de los ejes sincrónico y diacrónico y a hacerse presente de los conceptos, es decir, su proceso de figurativización.

La revisión de la obra foucaultiana realizada por Maingueneau hace hincapié en esta cuestión asumiendo que el principio constitutivo de toda formación discursiva es la relación interdiscursiva, y no sólo la circulación de conceptos en el marco de la formación. El interdiscurso debe ser considerando, entonces, el lugar primero, el punto de partida en la estructura de identidad de toda formación<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> "El decir se convierte en un inter-decir y en este sentido "la enunciación no se desarrolla en la línea de una intención cerrada sobre su propio querer, está atravesada de parte a parte por la amenaza de

Desde este punto de vista, los locutores de una formación discursiva, según Maingueneau, movilizan una competencia interdiscursiva, es decir, un sistema de reglas que les permite producir e interpretar enunciados relevantes de su formación discursiva, pero también identificar como incompatibles aquellos enunciados de las formaciones antagonistas. Repetimos que esto es posible porque la formación discursiva no es tan sólo un conjunto de textos, sino una práctica en la que se estructuran al mismo tiempo los textos y las comunidades discursivas que los producen y generan.

Este planteamiento guarda relación con la perspectiva de Bajtin sobre la polifonía y el dialogismo intrínsecos a las lenguas, aunque las propuestas del autor ruso, desde nuestro punto de vista, van mucho más lejos. Como explica Peñamarin, el diálogo entre la lengua propia y la ajena es para Bajtin no un recurso ocasional, sino la esencia misma de la vida de la palabra (Peñamarin, 1989a:36). "Porque toda palabra concreta (enunciado), encuentra siempre un objeto hacia el que orientarse, condicionado ya, contestado, evaluado, envuelto en una bruma que lo enmascara; o, por el contrario, inmerso en una luz de las palabras ajenas que se han dicho acerca de él. El objeto está rodeado e impregnado de ideas generales, puntos de vista, de valoraciones y acentos ajenos. La palabra orientada hacia su objeto entra en ese medio agitado y tenso, desde el punto de vista dialógico (...); se entrelaza en complejas relaciones, se une a algunos, rechaza a otros, o se entrecruza con los demás; todo eso modela sustancialmente la palabra, que puede sedimentarse en todos sus estratos semánticos, complicar su expresión, influenciar por completo su aspecto estilístico" (Bajtin, 1989: 94).

Esto provoca que el cierre de toda formación discursiva sea, fundamentalmente, inestable, puesto que no tiene capacidad para definir de forma clara y precisa un interior y un exterior, sino que establece una frontera que se desplaza (Courtine, 1981). De ahí que quepa relacionar el concepto de formación discursiva con el de la semiosfera de Lotman (1996)<sup>12</sup>.

"La semiosfera es el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis" (Lotman, 1996:24). La semiosfera es como un espacio complejo conformado de múltiples dimensiones y planos interconectados, un espacio que dota de sentido a los

---

deslizamiento en aquello que *no hay que decir*, en aquello que *sobre todo no* hay que decir, cuya presencia a la vez invasora e invisible dobla constantemente la enunciación legítima de la que surge" (Maingueneau, 1991:20).

<sup>12</sup> Pese a la potencia del concepto lotmaniano, éste no se seleccionó como base de nuestro análisis porque, desde nuestro punto de vista, resulta un concepto menos operativo, dado que la idea de semiosfera atiende en menor grado a los aspectos metodológicos del análisis del discurso. Sin embargo, nos gustaría rescatar la cuestión de la frontera como mecanismo semiótico de generación de sentido. Nos parece que ésta complementa y es pertinente para la noción de formación discursiva que trabajamos.

elementos que lo componen y también a aquellos con los que se relaciona aunque sea percibidos como extraños y ajenos. Lotman explicó a través de este concepto como "la cultura crea no sólo su propia organización interna, sino también su propio tipo de desorganización externa" (Lotman, 1996:29). Esta ordenación y los procesos de dotación de sentido que tienen lugar en una semiosfera son posibles gracias a la existencia de los bordes, de las fronteras. Las fronteras de la semiosfera constituyen el mecanismo semiótico esencial convirtiéndose en un espacio generador de nuevos significados. Es decir, el borde es donde se configura la topología de lo interno-externo y donde se produce la traducción entre ambos.

Lo que define a toda formación discursiva son, por tanto, las relaciones y los procesos de articulación entre el adentro y el afuera. Lotman explica que una semiosfera no es homogénea y que está dotada de núcleo y periferia. El núcleo de la semiosfera corresponde al proceso de autoconciencia que culmina en la articulación de una institución, mientras que en los espacios periféricos tiene lugar la emergencia de puntos de vista y otras voces o procesos de articulación que van minando y cuestionan esa institución hasta desplazarla y modificarla. Todo aquello que organiza y desorganiza la propia semiosfera sucede en el terreno fronterizo. Este espacio es el de "los puntos calientes de semiotización". En el margen emerge lo impredecible, lo que está por venir y aún no se ha dicho, incluso aquello que ni siquiera se ha pensado, por ejemplo, las estructuras de sentimiento de las que hablará Raymond Williams. Estos aspectos inesperados y novedosos encuentran anclaje en el germen de las dinámicas porosas de los pasos fronterizos, lugar en el que reside la potencialidad de toda cultura y de las sociedades.

Desde una perspectiva epistemológica diversa, el análisis de discurso francés también procura dar cuenta de estos procesos fronterizos de semiotización. Por ejemplo, Courtine en su análisis del discurso político afirma que "El interdiscurso de una formación discursiva debe considerarse de este modo, según nuestro punto de vista, como un proceso de reconfiguración incesante en el que se lleva al saber de una formación discursiva, en función de las posiciones ideológicas que esta formación discursiva representa en una coyuntura determinada, a incorporar elementos preconstruidos producidos en su exterior, a producir su redefinición o su inversión; a suscitar, igualmente, el recuerdo de sus propios elementos, a organizar su repetición, pero también a provocar su eventual desaparición, olvido o inclusive su negación. Puede considerarse el interdiscurso de una formación como instancia de formación/repetición/transformación de los elementos del saber de esta formación como lo que reglamenta el desplazamiento de sus fronteras" (Courtine, 1981).

Estas relaciones de intertextualidad o coexistencia permiten delimitar y especificar los conceptos e implican una doble mirada analítica -sincrónica y diacrónica- con respecto a los discursos. Según indica Abril, el análisis debe responder entonces a la intersección de los ejes genealógico y ecológico, esto es, las memorias y las relaciones en co-presencia. “La lectura genealógica invita a la hipótesis de que todo texto es un palimpsesto, y de que es teóricamente posible leer en él algunas huellas o índices de escrituras, prácticas textuales, autoridades discursivas y universos de significación históricamente anteriores. (...) Los textos expresan a la vez modos emergentes de experiencia semiótica y otros, remanentes o residuales, marcados por una explícita consunción” (Abril, 2007:103).

La sucesión discursiva en la obra de Foucault hace referencia a los modos de enmarcar los conceptos (Lakoff, 2007), a las ordenaciones de las series discursivas, los tipos de dependencia, los esquemas retóricos a través de los cuales se combinan los grupos de enunciados. En resumen, al “conjunto de reglas para poner en serie unos enunciados, un conjunto de esquemas obligatorio de dependencias, de orden y de sucesiones en que se distribuyen los elementos recurrentes que puedan valer como conceptos” (Foucault, 1999:93).

En nuestro análisis veremos que no es lo mismo emplear el concepto de derechos humanos como un asunto objeto de gestión, que se otorga a unos sujetos de manera heterónoma, que considerar el mismo concepto como una capacidad que pueden desarrollar los sujetos en el seno de una relación intersubjetiva. Mientras que los derechos humanos como objeto remiten a conceptos como la vida biológica (nuda vida) y a modelos políticos afines a la gestión de poblaciones y la biopolítica contemporánea, los derechos humanos como capacidad desplazan el foco de atención y se articulan con otro tipo de conceptos, como es el estatuto del ciudadano, por mencionar un caso.

El análisis de las estrategias retóricas nos permite describir los sentidos que adquieren los conceptos, por ejemplo, las relaciones nosotros-ellos, las reglas que sirven para enmarcarlos o los esquemas visuales que los construyen. La formación discursiva de la solidaridad ha ido estableciendo una serie de lugares comunes, de *topoi* que orientan las argumentaciones y establecen las conexiones regladas de las que habla Foucault. El trabajo de condensación simbólica de estos *topoi* permite la naturalización de recorridos narrativos y argumentativos, como los que nos llevan de la solidaridad a la compasión, pasando por el voluntariado hasta los beneficiarios. Al mismo tiempo, estos *topoi* obstaculizan recorridos inferenciales alternativos que podrían cortocircuitar el espacio de evidencia que la sucesión discursiva institucionaliza.

A continuación Foucault se ocupa del modo en que se hacen presentes los conceptos en la formación discursiva, esto es, de su figurativización, dimensión a la que esta tesis dedica la mayor parte de su esfuerzo analítico. No nos ocuparemos aquí de este particular, que como decimos, es un eje fundamental de todo el trabajo de investigación, pues se detalla en los siguientes apartados. Sólo precisaremos ahora que cuando hablamos del modo de hacerse presente de los conceptos nos estamos refiriendo, entre otras cosas, a cuales son las consignas que se repiten, qué cuerpos concretan y encarnan la formación, qué distribución sónica se lleva a cabo -en palabras de Rancière, cómo se organiza la distribución de lo sensible-, qué modalidades de discurso, con qué grado de concreción o abstracción se desarrollan los conceptos, las figuras retóricas predominantes, etc. En resumen, de la puesta en escena de la formación discursiva.

Por último diremos que la formación discursiva precisa de la elaboración de estrategias (Foucault, 1999: 105-116). Las estrategias que dan título a esta tesis se refieren a las operaciones que se llevan a cabo para hablar de un tema, en este caso, de la solidaridad. Estas estrategias dependen y varían en función de la coyuntura socio-histórica que define los puntos de difracción de los discursos: sus modos de articulación, ritmos e intensidades, es decir, las dinámicas de incompatibilidades y equivalencias, de identidad y diferencia. En este trabajo será la noción de tópica discursiva, de la que nos ocuparemos más adelante, la que nos dé acceso a estos puntos de difracción, así como a los campos de adscripción e inscripción en los que éstas operan.

Las tópicos discursivos divergentes que estudiaremos, tópica sentimentalista y tópica de la denuncia, explican cómo operan las incompatibilidades mencionadas, es decir, cómo dos conceptos –aunque no participen de la misma línea de discurso y no estén formados por las mismas reglas y condiciones de aparición - pueden estar igualmente interrelacionados.

Las estrategias también dan cuenta de lo que Foucault denomina instancias específicas de decisión, esto es, de los recorridos y sentidos institucionalizados, de los hábitos cristalizados. Podrían haber existido múltiples derivaciones a partir de una serie de valores, creencias e imaginarios particulares, desde las cuales se podrían conformar constelaciones de discursos diversas. Sin embargo, el proceso socio-discursivo moviliza y activa una formación discursiva particular, que siempre “puede hallarse en relación de analogía, de oposición o de complementariedad con otros determinados discursos” (Foucault: 109).

Explicado por Lotman, “la complejidad y la multiplicidad de niveles de los componentes participantes en la interacción textual conducen a cierta impredecibilidad de la transformación

a que es sometido el texto que introduce. Sin embargo, se transforma no sólo él: cambia toda la situación semiótica dentro del mundo textual en que es introducido” (Lotman, 1996:99-100). Las dinámicas de frontera, los procesos performativos, las resignificaciones y los desplazamientos indican que si se coloca la formación discursiva en contacto con nuevas constelaciones de discurso, si se establecen relaciones dialógicas distintas, siempre es posible que la formación discursiva movilice y haga emerger agenciamientos desconocidos hasta el momento. La precariedad del cierre mantiene el cambio como horizonte de posibilidad.

Por último, la obra foucaultiana apunta una preocupación también central para esta tesis: los regímenes y procesos de apropiación del discurso, lo que reconocemos en la idea de agenciamientos enunciativos. En este sentido, hay que recordar que la formación discursiva está expuesta a las dinámicas de hegemonía y contra-hegemonía que caracterizan todo proceso socio-cultural y político. La formación discursiva describe una estructura de poder que delimita quién tiene derecho a hablar o quién está condenado al silencio, o al grito que dirá Rancière, qué sujetos son competentes para comprender, quiénes tienen acceso lícito e inmediato a los corpus de enunciados ya formulados, y, más aún, quiénes detentan el poder para insertarlos e inscribirlos como procesos de decisiones, como prácticas e instituciones con capacidad de representación.

# **2**

## **La mediación y el sentido**

**Herramientas Teórico-metodológicas 1.**





## 2.1 Un enfoque semiótico

Nuestro trabajo adopta una perspectiva semiótica porque ésta constituye un campo interdisciplinar a través del cual analizar la articulación entre los hechos sociales y los hechos de sentido. Esta conexión se inscribe en formaciones discursivas, y entre ellas nos interesa la de la solidaridad, porque es una de las que mejor expresa el orden social y moral contemporáneo, además de que a través de ella podemos observar como se desarrolla en este orden la cuestión de la diferencia cultural, fundamental en él, dado que hoy en día las relaciones interculturales son uno de los ejes de articulación y estructuración de las relaciones sociales.

Nuestro entramado teórico-metodológico incorpora las corrientes que han configurado, como explica Abril (1994), el universo de la semiótica discursiva en un espacio interdisciplinar, prestando especial atención a las perspectivas enunciacionales (Benveniste, Bajtin, Ducrot o Latour), las de la semiótica de la cultura (Geertz, Lotman), los enfoques pragmáticos (Austin, Wittgenstein, también Butler), la semiótica de las pasiones (Greimas, Savan), la hermenéutica (Ricoeur). Todas estas perspectivas comparten su preocupación por el análisis de los procesos inferenciales en la construcción del sentido (Peirce, De Lauretis), así como por los enfoques que permiten pensar los espacios discursivos desde la articulación de las dimensiones semio-materiales (Haraway) y sociodiscursivas (Foucault, Bourdieu, Latour, Maingueneau, Goffman). Tal y como lo enuncia Peñamarín, “las cuestiones (...), de la interpretación, entendida como interacción de horizontes de sentido, como traducción, forman parte de los problemas centrales de las ciencias sociales y la filosofía” (Peñamarín, 1989a:23)

Desde el punto de vista teórico hemos elegido un enfoque propio de la semiótica enunciacional seleccionando las herramientas analíticas más adecuadas para abordar el estudio de los dispositivos que conectan las dimensiones lingüísticas e institucionales, la organización textual y la situación de comunicación (en semiótica, justamente los dispositivos llamados enunciacionales). Enfrentamos esta tarea de indagación sobre la conexión entre los discursos y lo social tratando de incorporar al marco teórico y metodológico de la semiótica y del análisis del discurso y las aportaciones que los estudios culturales han realizado en el ámbito del análisis de la comunicación de masas.

La elección de este marco responde a varios factores: el primero de ellos ya se ha mencionado y es que cierta semiótica se propone como un campo de investigación interdisciplinar que ofrece soluciones analíticas para referirse a la articulación entre los hechos sociales y los

hechos de sentido y sus instrumentos analíticos tratan de atender la complejidad de este objeto. En segundo lugar, la semiótica enunciativa nos permite abordar cómo se construyen los sujetos contemporáneos y cuáles son los procesos de mediación social y experiencial que participan de la conformación de dichos sujetos. En tercer lugar, la semiótica nos facilita una noción de discurso fundamental para desarrollar la idea y el análisis de la formación discursiva, siempre desde un enfoque atento a las dimensiones performativas del discurso, como explicitaremos.

El nivel discursivo es una dimensión constitutiva de la práctica social, pero aún más allá podemos afirmar, según la citada perspectiva semiótica, que el discurso es una de las modalidades de lo real (uno de sus modos de ser), y no –como ha venido planteándose en ciertas corrientes de estudio de la comunicación mediática- una máscara de la Realidad –un filtro-, ni su reflejo –una ventana-. Nos hacemos personas sociales a través de nuestras relaciones semióticas, nos relacionamos con el mundo a través de una mediación que nos dota y dota al mundo de sentido, porque el sentido media entre los sujetos y entre éstos y sus experiencias. Dicho sentido no es unívoco ni transparente, sino que está dotado de una intrínseca pluralidad y ambigüedad interpretativa en sus dimensiones social, argumentativa, afectiva y performativa. Esta mediación, por la que se construye el carácter significativo de la realidad, es el objeto privilegiado de la investigación semiótica. Una perspectiva que orienta su trabajo no al análisis de unidades naturales sino de unidades que den respuestas interesantes a requerimientos socialmente relevantes (Fabbri, 2005).

Esta orientación no sólo incardina a la semiótica como una perspectiva comprometida con el mundo, sino que hace intervenir como pieza fundamental la creatividad y la imaginación en su actividad investigadora, especialmente relevante para la investigación intercultural. Decimos esto en un doble sentido, por un lado porque la semiótica se ha preocupado de la creatividad y la imaginación como objeto, y por otro porque, como toda teoría crítica, la semiótica es una disciplina que reclama una perspectiva ética de la mirada de investigación, un compromiso con el mundo atento a la reflexividad y a su efecto performativo.

El análisis nos conduce hasta una descripción de las prácticas discursivas (como formas de expresión de un tiempo y espacio cultural determinados), de las formas de organización socio-discursivas que los procesos semióticos propios de ese lugar y tiempo permiten o no permiten. Por tanto, el análisis tiene como objetivo reconstruir los modos de organización sociocultural de la mediación. No se trata, como bien apunta Fabbri, del estudio de un mundo de representaciones, de ciertas visiones, sino de como “la construcción común de un mundo

significante”. Lo que la semiótica entonces aspira a analizar son: “sistemas y procesos de significación que caracterizan a las culturas y de las cuales (re) producen los sujetos y los objetos, las prácticas y las pasiones” (Fabbri, 2004:195). Sistemas y procesos siempre múltiples, dinámicos y dialógicos que nos permiten negar la existencia de un modelo de racionalidad único y compartido, de un sistema de valores homogéneo y, por supuesto, también de un modelo psico-afectivo universal.

## 2.2 Las dimensiones discursivas

La semiótica es, según la definimos más arriba, una metodología para la interpretación de discursos, prácticas, instituciones y mundos significantes, de la que escogemos su enfoque enunciativo. Además, esta tesis hereda parte de lo que Fabbri denominó el giro semiótico producido a partir de los años 80, en el que gradualmente se fueron desplazando y transformándose algunas de las preocupaciones clásicas de la disciplina y emergieron otras nuevas, entre las que destaca, y nos interesa especialmente, el interés por las emociones. La centralidad del estudio de las emociones incorpora conceptos como los de tensión, actualización, valor, moralización, estética y somatización (Fabbri, 2000:15), promoviendo la lectura inseparable del afecto y la significación. Esta será como decimos, una de las líneas de indagación semiótica centrales para esta tesis, junto con el estudio de los dispositivos enunciativos.

Este planteamiento se sostiene sobre una noción de discurso comprendido como proceso, práctica y modalidad enunciativa, atendiendo además a su capacidad reflexiva y su dimensión performativa. Gracias a ello, el concepto de discurso nos permite articular los niveles implicados en la construcción de los sujetos y los espacios de mediación. Desde una posición teórica y analítica que presta atención al dinamismo de los procesos de comunicación, en especial los que acontecen en los espacios mediatizados, el análisis discursivo aporta luz sobre la tensión constante entre el discurso como experiencia intersubjetiva particularmente experimentada y manifestación de la especificidad de los actores sociales –ya sean colectivos o individuales- y su condición como entidad constrictora en la configuración y activación de horizontes de sentido, mundos posibles e imaginarios compartidos.

La consideración como objeto de análisis del conjunto de reglas que delimitan y hacen posible el discurso concibe esas formaciones discursivas como entidades socio-históricas que son concretamente vividas, experimentadas y, por tanto, se afirman en el interior de espacios

intersubjetivos más o menos amplios. Esta perspectiva se preocupa por las constricciones socioculturales que penetran y enmarcan el sentido de los espacios discursivos, por la cristalización –aunque sea temporal y precaria- de las categorías y reglas que funcionan como sustrato de los usos semióticos comunes, de las unidades culturales que, en algún modo, constriñen la libertad expresiva y afectiva de los sujetos singulares. Como explica Peñamarín, la realidad de los mundos sociales “se constituye a partir de las interpretaciones que de su experiencia, de ellas mismas, de sus condiciones materiales, de sus relaciones con las obras, etc. realizan las personas pertenecientes a dichos mundos”, pero siempre desde una doble hermenéutica, que recoja “la ambigüedad y el equívoco sobre los que se construyen las interpretaciones cotidianas” (Peñamarín, 1989a:23).

Peñamarín (1997) expone cómo los textos son hechos sociales y culturales, ubicados en un tiempo y un espacio, con un soporte material, unas condiciones y modos de producción y difusión, y unos saberes sociales y culturales presupuestos (Peñamarín: 1997:145-165). Esta autora recoge la propuesta bajtiniana que nos invita a considerar los artefactos culturales como lugares de inscripción y construcción de las culturas. Según Bajtin<sup>13</sup>, la cultura no es algo que se ubique en nuestras mentes sino que está en las obras, se cristaliza en ellas y a través de ellas, de los discursos. Por medio de la reflexividad éstos condicionan nuestras experiencias sobre el mundo, nuestro edificio psíquico y nuestros modelos afectivos. Desde este punto de vista, es importante determinar qué textos culturales son relevantes para el estudio y análisis de fenómenos socio-afectivos específicos, como la solidaridad por ejemplo.

Pero además, Peñamarín indica que un texto no sólo es un lugar de inscripción, sino que se trata de un artefacto productivo, es performativo, genera representaciones, realiza acciones comunicativas con las que pretende cambiar algo en el mundo en el que se comunica (Peñamarín, 1997:147). Un texto o discurso siempre implica un compromiso con el mundo, una responsabilidad sobre el decir, pero además de este aspecto comprometido, el hacer cognitivo, evaluativo y afectivo del texto opera transformaciones procesuales en los sujetos y objetos representados. Y en este sentido, las representaciones mediáticas se pueden comprender no sólo como reflejos del mundo “sino como escenificaciones de los mundos que pueden atraer a sus audiencias, mundos que se componen como un terreno de lucha animado

<sup>13</sup> “Las tradiciones culturales y literarias (incluyendo las más antiguas) no se conservan ni viven en la memoria individual subjetiva de un hombre aislado, ni en ninguna «mentalidad» colectiva, sino en las formas objetivas de la cultura misma (incluyendo las formas lingüísticas y verbales); están, en ese sentido, entre lo subjetivo y lo individual (y son, por tanto sociales); de ahí pasan a las obras literarias, ignorando a veces por completo la memoria subjetiva-individual de los creadores” (Bajtin, 1989: 399).

por las tensiones entre los agentes implicados: los excluidos que pugnan por conquistar un lugar en él –no son visibles en la escena de los medios mayoritarios, pero su ausencia puede ser significativa cuando son conocidos por los espectadores por su acceso a otros donde sí tengan un espacio- y los incluidos, que tratan de hacer prevalecer su perspectiva sobre otras en competencia” (Peñamarín,2000b:145).

Todas estas cuestiones, referidas a los discursos, quedan explicadas mediante la interconexión de las dimensiones textuales (Abril, 2007:88) (Figura 1), especialmente, aludiendo a la relación entre los niveles semántico y pragmático y el lugar de articulación central que ocupa la enunciación.

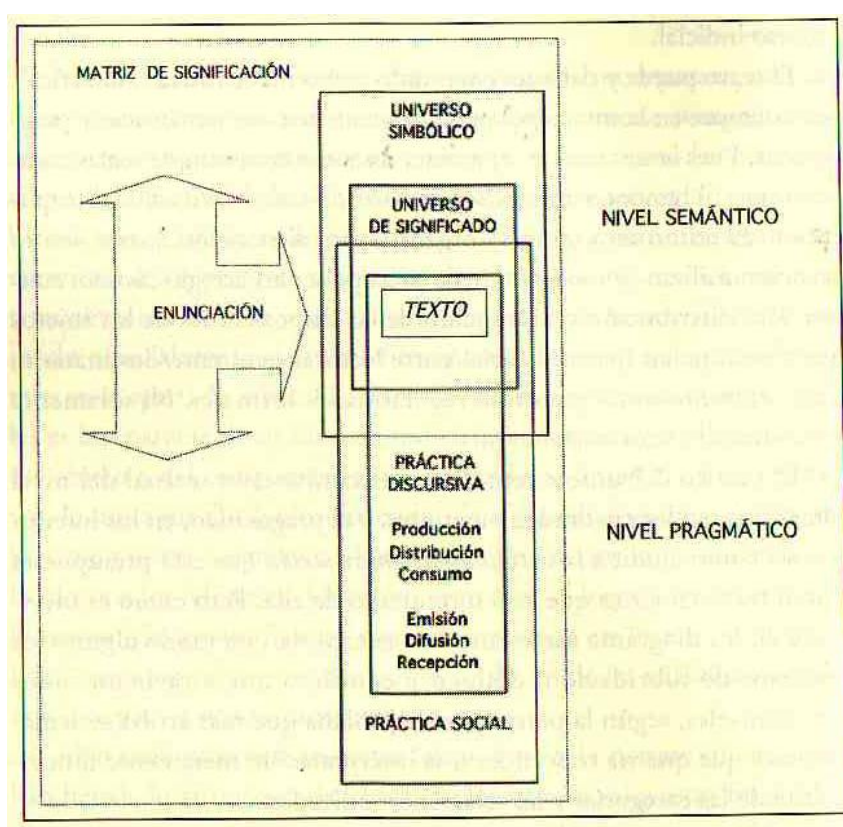


Figura 1 Abril (2007) Mapa general de las dimensiones textuales

### 2.2.1 La enunciación

Abordar la conexión de las dimensiones semántica y pragmática del discurso y elaborar un enfoque socio-discursivo requiere considerar el eje enunciacional. Hablar de enunciación es hacerlo del modo en el que los sujetos, los tiempos, los espacios, los afectos y las relaciones existen en el discurso. Benveniste define la enunciación como “el acto mismo de producir un

enunciado” que “supone la conversión individual de la lengua en discurso”, “un proceso de apropiación” (Benveniste, 1972: 83-85).

Es interesante del planteamiento de Benveniste, cómo sostiene que en el mismo momento en que el locutor enuncia –y se enuncia en- el discurso aparece el otro, ya que “toda enunciación es, explícita o implícitamente, una alocución, postula un alocutario”<sup>14</sup>. El espacio enunciativo es el lugar del comprometerse con el mundo, una condición que demuestra la primeridad del otro en la configuración de la subjetividad, un planteamiento próximo a una ética intersubjetiva que está presente en las reflexiones de autores como Levinas o Ricoeur.

La acción enunciativa presupone la construcción de un enunciador, de un interlocutor, de un espacio y tiempo, del mundo como objeto, de la relación interlocutiva dialógica y, por último, la actualización de las condiciones de uso de la lengua<sup>15</sup>. “El acto individual de apropiación de la lengua introduce al que habla en su habla” (Benveniste, 1972:85) y eso significa para el autor, la acentuación de la relación discursiva con el interlocutor, siguiendo la figura central del diálogo. La enunciación reclama para sí, entonces, una doble descripción como forma lingüística y como condición figurativa. “Es un proceso donde el discurso, con la forma de un diálogo, funda una aportación entre individuos” (Benveniste, 1972: 89). Benveniste señala además la dimensión afectiva y performativa de la enunciación al escribir que “cada enunciación es un acto que apunta directamente a ligar al oyente al locutor por el nexo de algún sentimiento, social o de otro género. Una vez más el lenguaje en esta función no se nos manifiesta como un instrumento de reflexión sino como un modo de acción” (Benveniste, 1972:90).

Bajtin ahonda en la naturaleza intersubjetiva del lenguaje, la dimensión polifónica y dialógica del mismo, desarrollando además la dimensión ética y afectiva vinculada a la enunciación. Para Bajtin, “el momento de la realización del pensamiento, del sentimiento, de la palabra, de la acción es mi orientación activamente responsable, que es emocional y volitiva con respecto a

<sup>14</sup> “En la enunciación la lengua se halla empleada en la expresión de cierta relación con el mundo. La condición misma de esta movilización y de esta apropiación de la lengua es, en el locutor la necesidad de referir por el discurso, y en el otro, la posibilidad de correferir idénticamente, en el consenso pragmático que hace de cada locutor un colutor” (Benveniste, 1972: 85).

<sup>15</sup> Greimas y Courtés en su diccionario (1991:144-146), plantean una doble acepción de la enunciación, como estructura no lingüística sostenida por la comunicación lingüística y como instancia lingüística lógicamente presupuesta por la existencia misma del enunciado, en el que se inscriben las marcas de la enunciación. En esta última acepción la enunciación se comprenden como una instancia de mediación, definición que adoptarán en su trabajo autores como Latour. Dicha instancia asegura que a través del enunciado se hacen presentes las virtualidades de la lengua, que nos son accesibles gracias a las marcas que existen en un enunciado, resultado del propio hacer enunciativo.

la circunstancia en su totalidad, en el contexto de una vida real, singular y global “(Bajtin, 1997:44).

Participar de la enunciación es hacerlo de un acontecimiento que emerge en un espacio compartido en el que están involucradas creencias, valores, emociones, prácticas, etc. El compromiso con el mundo que se establece por la enunciación es, ante todo, un acto ético significativo. “Para ello es, por supuesto necesario tomar el acto no sólo como un hecho contemplado extrínsecamente o concebido teóricamente, sino desde el interior en su responsabilidad. Esta responsabilidad del hecho es el recuento de todos sus factores: de la significación semántica, de la realización fáctica en toda su historicidad e individualidad concreta” (Bajtin 1997:36)

Este punto de partida nos permite desplegar el resto de dimensiones analíticas, ya que como explica Bajtin, “para expresar intrínsecamente el acto ético y el acontecimiento singular del ser dentro del cual el acto se lleva a cabo, se requiere toda la plenitud de la palabra: la unidad de su aspecto de contenido semántico (palabra como concepto), de su saldo expresivo e ilustrativo (palabra como imagen), así como de la entonación emocional y volitiva” (Bajtin,1997: 39) Pero habremos de ampliar estas observaciones con la consideración de otro factor importante y es que en la descripción de todo acontecimiento enunciativo (por tanto, ético) es preciso incluir las dimensiones colectiva y participativa.

Ducrot aborda las relaciones entre enunciación, polifonía y dialogismo, en su trabajo de *Esbozo de una teoría polifónica de la enunciación* (1999). Para este autor, “todo enunciado aporta consigo una cualificación de su enunciación, cualificación, que a mi juicio constituye el sentido del enunciado”, de ahí que el análisis dé cuenta de aquello que el habla hace, mediante la descripción sistemática de las imágenes de la enunciación presentes en el enunciado (Ducrot, 1999:178). Para el autor, el sentido del enunciado es una representación de la enunciación<sup>16</sup>. Su concepto de enunciación rechaza la unicidad del hablante y, más aún, el acontecimiento histórico de la enunciación no está ligado a ese sujeto unitario, sino al acontecer del enunciado, entendido desde una concepción polifónica del sentido que se descubre en el modo en que el enunciado, señala, en su enunciación, la superposición de varias voces (Ducrot, 1999:187).

---

<sup>16</sup> Recanati, desde la pragmática, adopta un enfoque similar al afirmar que “se distingue en un enunciado lo que es dicho y el hecho de decirlo (...) la consideración de los enunciados como acontecimientos discursivos insertados en contexto, añade a la significación de las frases una determinación semántica suplementaria sin la cual los enunciados sólo presentan un sentido incompleto” (Recanati, 1981:26-28).



Se trata de una concepción comunicativa de la enunciación, porque para Ducrot “el sentido es algo que se comunica al interlocutor”, las descripciones que se realizan sobre la enunciación en el enunciado son pragmáticas, en la medida en que “el sujeto hablante realiza actos transmitiendo al interlocutor un saber, que es un saber de su propia enunciación” (Ducrot, 1999:188). Dando un paso más en el proceso, “interpretar una producción lingüística consiste en reconocer en ella actos, y que este reconocimiento se efectúa asignando al enunciado un sentido, que es un conjunto de indicaciones sobre la enunciación” (Ducrot, 1999:188). La teoría de la argumentación en la lengua, de la que nos ocuparemos más adelante, sirve al autor como ejemplo que demuestra su perspectiva teórica. En resumen, para Ducrot el enunciado y su sentido son movilizados por la enunciación, por eso no puede representarse la enunciación como independiente del enunciado que la caracteriza y del universo de enunciadores y locutores responsables que la escena de enunciación despliega.

Entonces, ¿cómo acceder al espacio de la enunciación? Ducrot está convencido de que el lugar desde el que hacerlo está en el enunciado y en los signos que operan como índices –e instrucciones- sobre la enunciación. Este enfoque estaría defendiendo una postura sobre la enunciación que va de Benveniste a Greimas y que se sostiene sobre la idea de la apropiación de la *langue* por medio de la *parole*, un acto de actualización de la potencialidad del discurso al que se accede desde la escenografía desplegada por el texto.

Aunque las teorías clásicas sobre la enunciación y su utilidad metodológica han traspasado hace tiempo el marco lingüístico de aplicación, Latour propone dar un paso más e introducir una nueva perspectiva enunciativa en la que la enunciación sea comprendida como un acto de envío, de mediación, de delegación que, desde nuestro punto de vista, supera en ciertos aspectos la idea de instrucción que subyace, por ejemplo, en la obra de Ducrot. La enunciación, según Latour, es un conjunto de actos de mediación cuya presencia es necesaria para el sentido (Latour, 2001:65), lo que la convierte en una teoría de los delegados, de los mensajeros. La traza de la necesaria presencia de estos delegados queda marcada o inscrita en modo tal que se puede inducir o deducir a partir del movimiento de los enunciados. Desde este enfoque, atender a la enunciación en la práctica de lectura y análisis de los discursos masivos posibilita la emergencia de interesantes cuestiones, entre las que destacamos las siguientes: ¿quiénes serán los delegados que pueblan el espacio de la mediación?, ¿Cuál será su género o especie?, ¿Cuántos tendrán forma humana?, ¿Qué importancia tendrán las lógicas mediáticas en el despliegue de su labor mediadora? Latour (2001). Preguntas a las que este trabajo se enfrenta a través de la metáfora de la arquitectura enunciativa.

## **a) Mediación y arquitectura enunciativa**

Desde la perspectiva semiótica apuntada, reflexionar acerca de las arquitecturas enunciativas nos permite considerar el lugar de las mediaciones en la construcción del espacio público, esto es, el lugar de las figuraciones comunes con las que nos identificamos, de las que nos reapropiamos y, en definitiva, de las composiciones individuales y colectivas que habitamos y en relación a las cuales proyectamos nuestras expectativas vitales.

La enunciación, que es siempre enunciación de algo, de un enunciado, requiere representación –entendemos además que no hay conocimiento, público, político, cultural o de otro tipo, al margen de ella. En el ámbito de las representaciones nos interesa aquí iluminar los diversos actores de una arquitectura enunciativa y las distancias existentes entre ellos; fundamentalmente, entre los sujetos de los enunciados y el sujeto de la enunciación, así como, entre los actores delegados de la propia enunciación, aquellos a través de los que ésta se despliega y encarna en un discurso.

Este espacio que dibuja la enunciación es el territorio ocupado por la mediación. Pero el análisis no consiste sólo en comprobar la existencia de dicho territorio y describirlo como campo para la acción; ni tampoco consiste en definir un catálogo de posiciones arquitectónicas dadas a priori. Indagar acerca de la mediación y sus dinámicas implica atender a las formas en que se consigna y articula, también, un eje temporal, es decir, cómo se establece el reparto, manejo e interpretación de los tiempos y sus ritmos. Además, supone analizar el conjunto de funciones y tareas que serán desarrolladas por los actores delegados encargados de regular y controlar este espacio de mediación. Es decir, el análisis procura comprender de la manera más amplia posible cómo y en qué marco tiene lugar la regulación de ciertas dinámicas culturales y socio-políticas contemporáneas.

Como adelantamos, la metáfora conceptual prevista por este enfoque es la de la red de los pronombres, ya que éstos son la expresión más elemental del vínculo de sociabilidad del individuo. “Las ventajas que aporta esta serie (la de los pronombres), residen en su posibilidad de aplicación a todos los grupos humanos y a todas las sociedades. En tanto los hombres se agrupan entre sí, a través de comunicaciones directas o indirectas, los pronombres operan como un juego de coordenadas que identifican a los sujetos en el mapa de sus mutuas dependencias. Destacando sobre todo la variabilidad de los entramados, la sucesión pronominal realza el carácter de los nexos que entrelazan a los sujetos. Una cadena por ejemplo, puede iniciarse con un “tú”, que siempre presupone un “yo” que lo identifica, ya sea

integrando un “nosotros” o como presunción de un “ellos” formado por una pluralidad de ‘él’ “(Nocera, 2006).

En términos enunciativos el pronombre nos encardina en el sentido, es decir, en el ser social, de ahí que podamos sostener que la red de los pronombres abre un espacio lógico-conceptual en el que se despliega la identidad del ser plural<sup>17</sup>. Los pronombres personales son el primer lugar de aparición de la subjetividad en el lenguaje (...). Son los indicadores de la deixis, demostrativos, adverbios, adjetivos, que organizan las relaciones espaciales y temporales en torno al “sujeto” tomado como punto de referencia” (Benveniste, 1971:183), que añade a esta serie de indicadores lingüísticos los tiempos y modos verbales. La instancia del discurso, concluye Benveniste, es constitutiva de todas las demás coordenadas que definen el sujeto<sup>18</sup>.

La definición de una arquitectónica enunciativa no pretende focalizar en la dimensión de estructura ni de sistema, sino que más bien, como se intentará mostrar en los análisis, trata de incorporar en la dimensión teórica y analítica los procesos particulares en que se dan los enunciados. Para ello es preciso incluir en la perspectiva teórica los múltiples mecanismos de estrategias enunciativas que la semiótica y el análisis de discurso han descrito, comprendiendo tanto los mecanismos básicos de *embrayage* y *debrayage*<sup>19</sup>, como los complejos procesos de modelización y entonación, así como los de alusión y cita, por los que se incorporan en el discurso de un sujeto las voces y perspectivas ajenas.

## b) El tercer espacio enunciativo

Como vemos, la teoría enunciativa de la mediación apuntada por Latour nos permite complicar el espacio enunciativo. No obstante sus planteamientos no se agotan en esta reconstrucción

<sup>17</sup> Estos planteamientos se basan en el estudio de Benveniste sobre la trascendencia de los pronombres en *Problemas de lingüística general*, específicamente en los capítulos XIV y XV, al considerarlos elementos característicos de las instancias del discurso actualizadas en la enunciación y, por ello, de naturaleza pragmática. Si el lenguaje es la posibilidad de subjetividad, esto es así porque contiene formas lingüísticas apropiadas a su expresión, que emergen en el discurso (Benveniste, 1971:184). Estas formas lingüísticas son los pronombres, que no son unidades de naturaleza referencialista, sino que - como el resto de los marcadores de la deixis- cumplen una función indicial (Peñamarín en Lozano, Peñamarín y Abril, 1997:95-96), en la que siempre están disponibles como signos vacíos. “El yo, escribía Benveniste, no puede ser identificado sino por la instancia de discurso que lo contenga, y sólo por ella. (...) Hay..., en este proceso, una doble instancia conjugada: instancia del yo como referente, e instancia del discurso que contiene yo como referido” (Benveniste, 1971:173).

<sup>18</sup> Una revisión completa de esta cuestión la realizó Peñamarín en Lozano, Peñamarín y Abril (1997).

<sup>19</sup> “Al cambio de nivel de la actitud de comentar a la de narrar (o del *discurso* a la *historia*, o del texto subjetivizado al objetivizado) se ha llamado *débrayage* de la enunciación al enunciativo y *embrayage* al proceso inverso que va del enunciado a la enunciación. Hablamos de cambio de nivel porque el adoptar una u otra forma instaura un distinto tipo de relación interlocutiva y afecta al sentido de lo enunciado, más concretamente al modo en que es percibido (Peñamarín en Lozano, Peñamarín y Abril, 1997:110)

representacional, que podemos llevar a cabo a través, entre otros instrumentos, de la red conceptual de los pronombres, sino que tratando de ampliar este enfoque, Latour afirma que al pasar del foco en el enunciado a la enunciación no se encuentra lo social, ni la naturaleza sino la existencia (2001:66)<sup>20</sup>. Por tanto, la enunciación habla de vínculo, de proceso, de presencia y movimiento antes que de permanencia. Y dicha presencia será posible por la mezcla de lo mismo y lo distinto, de la hibridación de identidad y diferencia que se produce entre una cosa y la que deviene, entre ambas instancias existe un paso o envío que es, en último término, toda enunciación. La presencia sólo se consigue en virtud de lo otro, lo otro es constitutivo, como también planteaba Benveniste o recoge la teoría del sentido peirceano.

No obstante, conviene puntualizar que en la perspectiva que aquí nos interesa, el 'yo', punto de partida del aparato formal de la enunciación, no es un yo transcendental, "el 'yo' no está al margen de la matriz prevaleciente de normas éticas y marcos morales en conflicto" (Butler, 2009:18). Es esta matriz "en conflicto" condición necesaria, aunque no suficiente, de la emergencia del 'yo'. Para que el 'yo' –sujeto de la enunciación- pueda dar cuenta de sí mismo, no puede dejar de incluir las condiciones de su emergencia, es decir, su historia es la historia de una relación –o un conjunto de relaciones- con una serie de normas (Butler, 2009:19). Este sujeto complejo en relación, un sujeto de enunciación, puede ser, según Butler, la condición de la indagación social, y finalmente también la condición misma del surgimiento de la moral. Toda reflexión ética pasa entonces por una revisión crítica de la emergencia del sujeto y de su capacidad de apropiarse de las normas de "una manera vital". El debate sigue estando en la tensión entre la imposición por parte de las normas e instituciones de una posición de sujeto legítimo y la capacidad de agencia del propio sujeto para establecer, como decimos, una relación vital con las mismas.

Hay otros enfoques que también han explorado las implicaciones que trae consigo considerar la situación de pasaje, de envío que defiende esta visión sobre la enunciación. Entre estos enfoques queremos reseñar el de Bhabha (1989,2002) que reflexiona sobre el espacio enunciativo en relación a las lógicas de la diferencia cultural.

Según Bhabha (1989) entre enunciado y enunciación hay un espacio, una brecha, un tercer lugar, por lo que no habría posibilidad de presuponer una línea de continuidad, una identidad. No existe una identificación de lo enunciado y de su enunciación, no hay un pliegue de uno sobre el otro que posibilite a la enunciación ser suficiente para sí misma –algo también central

---

<sup>20</sup> Esta idea también está presente en la explicación bajtiniana sobre el acontecimiento singular del ser en el acto enunciativo.

para Butler-. Y esta diferencia no es atribuible, según el autor, a las actitudes diversas de los sujetos hacia los sistemas simbólicos, sino que depende de la propia estructura de simbolización<sup>21</sup>.

El autor reclama la existencia de otro espacio, de un tercer lugar, como tránsito o incluso como vacío, en el que ambos sujetos –del enunciado y de la enunciación- quedan conectados, puesto que “el pacto de interpretación no es nunca un simple acto de comunicación entre el Yo y el Tú designados por el enunciado. La producción de significado requiere que estos dos lugares sean movilizados en el tránsito a través de un Tercer Espacio, que representa tanto las condiciones generales de lenguaje como la implicación específica de la frase en una estrategia performativa e institucional de la cual no puede «en sí misma» ser consciente”. Entendemos que es este tercer espacio lo que Latour considera el pasaje, el envío, el espacio de la traducción y la mediación. El uno y el otro, el yo y el tú, se encuentran en ese espacio de la mediación ocupado por el lenguaje –por normas y convenciones-, y eso implica insertar una perspectiva impersonal en el encuentro personal (Butler, 2009:45).<sup>22</sup>.

Este planteamiento lleva a Bhabha a afirmar la insuficiencia del lenguaje, de la situación de comunicación para expresar la totalidad de las presencias, es decir, lo lingüístico no agota la realidad, siempre habrá aspectos excesivos, “lo que introduce esta relación inconsciente es una ambivalencia en el acto de interpretación”. Bhabha desarrolla algo más su propuesta cuando escribe: “al yo pronominal de la proposición no se le puede pedir que se dirija -en sus propias palabras- al sujeto de la enunciación, porque éste no es personable, sino que se mantiene en una relación espacial con el esquema y las estrategias del discurso. Se puede decir que el significado de la frase es, de una forma bastante literal, ni lo uno ni lo otro. Esta ambivalencia toma importancia cuando nos damos cuenta de que no hay manera de que el contenido de la proposición revele la estructura de su posicionalidad; no hay manera de que el contexto pueda ser miméticamente sustraído del contenido” (Bhabha, 1989).

Todo esto resulta relevante cuando al ocuparnos de la empatía y la compasión, la traducción del dolor de otros, se tiene que presuponer la enunciación de un “yo padezco, me duele”.

---

<sup>21</sup> “La diferencia lingüística que informa cualquier enunciación cultural se dramatiza en la explicación semiótica común de la disyunción entre el sujeto del enunciado y el sujeto de la enunciación, que no está representado en el enunciado pero que significa el reconocimiento de su subyacencia y apelación discursivas, su posicionalidad cultural, su referencia a un tiempo presente en un espacio específico” (Bhabha, 1989).

<sup>22</sup> Para Butler, esto es insuficiente, porque la norma impersonal no termina con la necesaria interpelación que el yo hace al tu y que no puede esconderse en el nosotros, ni en el ellos (Butler, 2009:51). Volveremos sobre ello en las conclusiones.

Dado que no hay traslación directa, ¿cómo puede tener lugar la comunicación empática? ¿Qué lugar ocupa la enunciación como delegación y mediatización polifónica en la representación del sufrimiento?

Lo que reclama Bhabha es un espacio de indeterminación para los sujetos de la enunciación, un tercer espacio para el que nosotros utilizaremos la metáfora de la arquitectura enunciacional que nos permite no sólo espacializar la enunciación sino describir su figurativización como posiciones tensionales de intensidades diversas, el espacio de mediación que conecta –al tiempo que permite su presencia- lo discursivo y lo social. “Es ese Tercer Espacio, aunque irrepresentable en sí mismo, lo que constituye las condiciones discursivas de enunciación que aseguran que el significado y los símbolos de cultura no tengan una unidad o fijación primordiales; lo que asegura que incluso los mismos signos puedan ser apropiados, traducidos, rehistorizados y leídos de forma nueva.” (Bhabha, 2002). Esta posición es relevante para nuestro objeto de estudio ya que hace hincapié en la ruptura de las temporalidades, en los espacios de tránsito, sobre todo en su aplicación al terreno de la identidad cultural. Una cuestión central no sólo para la discusión de quiénes son los otros culturales, sino para la tarea de deconstrucción de las lógicas culturalistas implícitas en las narrativas del desarrollo y la solidaridad, como veremos.

¿Qué hay en ese tercer espacio? ¿Qué encontramos o qué función cumple el vacío que se abre entre enunciado y enunciación?

El aprendizaje de la lengua no es un proceso del todo consciente y ni tampoco la lengua como mostró Barthes, es del todo arbitraria<sup>23</sup>. En la caracterización de la lengua y de la relación entre ésta, la subjetividad y la construcción del mundo, hay como propugna Bhabha un lugar intermedio o de frontera. Estamos distanciados y disociados, el sistema de representación es otra cosa que nosotros, si bien al mismo tiempo que estamos constituidos por él, lo constituimos. La sujeción al sistema de la lengua –preestablecido- nos permite posicionarnos como sujetos, adquirir un lugar desde el que ser y actuar individual y colectivamente, ya que la lengua nos interpela.

La subjetividad requiere participar de los sistemas de significación, teniendo en cuenta que para dar sentido al mundo, para significar tendremos que recortar y acotar los significados

---

<sup>23</sup> “Ningún vínculo material une el significante y el significado, y esta arbitrariedad tiene que ser compensada por una fuerza de estabilización, que es la analogía; como el signo no se tiene ‘de pie’ naturalmente (su verticalidad es una falacia), es necesario que se apoye, para durar, en su entorno; las relaciones de vecindad (de conciudadanía) pasan a relevar a las relaciones de significación” (Barthes, 197:219).

múltiples, excesivos y asociarlos a los fragmentos, las dimensiones de la realidad a las que dan acceso los signos. Benveniste descubre esta situación a través de la deixis, es decir, el conjunto de signos a los que no se les puede asignar un significado completo, ni fijo a priori sino que dependen del reenvío, lo que implica que las categorías lingüísticas no pueden captar la totalidad del sentido, sino que suponen que se construye en la constante remisión de unos signos a otros, de unos niveles a otros.

Nos interesa, en fin, subrayar la idea de la enunciación como instancia de discursivización de la lengua, a través de la cual se puede considerar la intersubjetividad del lenguaje atendiendo a sus dimensiones normativas, sociales y singulares. Trataremos de avanzar en algo la propuesta de Latour sobre la enunciación como espacio de mediación, al tiempo que no perderemos de vista las implicaciones políticas y éticas que los planteamientos de perspectivas como las de Bhabha y Butler abren en nuestro trabajo y que intentaremos abordar al llegar a las conclusiones. Entre otras cuestiones, dejaremos pendiente la reflexión sobre cómo las estructuras de enunciación son las que permiten la emergencia del sujeto, también del sujeto moral y ético, de ahí que si aceptamos que no tenemos un pleno acceso a la enunciación, que en ella hay un lugar de opacidad quepa preguntarse como hace Butler: “¿Significa esto que no soy, en sentido moral, responsable de lo que soy y lo que hago? Si compruebo que, pese a todos mis esfuerzos, persiste cierta opacidad y no puedo rendir plena cuenta de mí ante tí, ¿es eso un fracaso ético?” (Butler, 2009:60).

## 2.2.2 La figuración

“Digamos que el mundo es una figura, hay que leerla. Por leerla entendamos generarla.”  
Cortazar

En este apartado nos ocuparemos de la figuración y del concepto de figura para tratar de explicar la relación entre la forma estética y la posición ética. La “figura” será entendida como el modo de expresión de la formación discursiva (de la solidaridad, en nuestro caso), específicamente, de la arquitectura enunciativa y del espacio de mediación que precisa la realización de esa formación. En resumen, la figura permite establecer una relación particular entre la ética, la estética y la política.

La preocupación por la figuración es un aspecto central en la semiótica, pero también lo ha sido en otras áreas de las ciencias sociales y la filosofía. Por ejemplo, ya finales del XVIII filósofos como David Hume defendieron la existencia de una semántica figurativa. “En la teoría de la mente de Hume, los conceptos son un tipo de “idea” y las “ideas” son ellas mismas

figurativas: el único modo en que pueden representar cualquier “cuestión de hecho” es asemejándose a ella (aunque no necesariamente en sentido visual, las ideas pueden ser también táctiles, olfativas, etc.)”<sup>24</sup> (Putnam, 2004:29).

En relación con este sentido amplio de figuración destaca la pregunta que Wittgenstein realizó en sus *Investigaciones Filosóficas* (1999), en el párrafo 139: “¿Qué es lo que realmente nos viene a las mentes cuando entendemos una palabra?, ¿no es algo como una figura? ¿No puede ser una figura?” Así mismo, recalca Bajtin: “casi todas las categorías del pensamiento humano acerca del mundo y del hombre, buenas, receptivas, que enriquecen, optimistas (...) tienen un carácter estético; estética es también la eterna tendencia del pensamiento a imaginar las palabras y datos que vienen dados con anterioridad y existen en alguna parte” (Bajtin, 1989:36).

En el marco de la disciplina semiótica la discusión sobre la articulación entre forma y contenido, cuyo principal referente son los formalistas rusos, ha estado siempre presente, tanto en los trabajos de orientación greimasiana (ver Greimas, 1994), como en el campo de la semiótica de la cultura lotmaniana (en Lotman 1982, 1996, 1998) y, también en la tradición de una semiótica interpretativa de ascendencia peirciana.

La significación no depende sólo de contenidos de tipo abstracto sino que los elementos que la constituyen son múltiples. Entre otros aspectos, el significado siempre está vinculado a la significación de tipo configuracional, ligada ésta a los mecanismos retóricos de los textos, a su inscripción socio-histórica, a las situaciones comunicativas (Fabbri, P. y Marrone, G. 2001:140). Desde el punto de vista de la semiótica estructuralista greimasiana, el sentido experimenta una sucesiva concreción según los niveles y estructuras implicadas<sup>25</sup>, una transposición desde lo lingüístico a lo figuracional, de las estructuras narrativas a las discursivas, que pasa por las dimensiones de lo percibido y sentido. Para esta semiótica, las figuras constituyen uno de los grados más altos del recorrido generativo del sentido, aquel nivel de la significación donde la concreción del mundo se presenta en toda su variedad y su complejidad, escondiendo, al

---

<sup>24</sup> Tampoco nosotros manejaremos un concepto de figuración reducible al de visualidad, sino que nos gustaría plantearlo como una dimensión más amplia. Dicen Fabbri y Marrone (2001) que nada excluye que la figuración pueda darse en términos no visuales, como cuando se produce a través del lenguaje verbal o del sonido. “De esta forma, el componente estético –que vamos a llamar por el momento imagen- no es ni noción, ni palabra, ni representación visual, sino una formación estética original, realizada en poesía con la ayuda de la palabra, y en las artes plásticas con la ayuda del material visual, perceptible, pero que no coincide en ningún momento con el material ni con ninguna otra combinación material” (Bajtin, 1989:57).

<sup>25</sup> No nos detendremos a debatir la existencia de estructuras narrativas subyacentes, ni expondremos una discusión de tipo epistemológico, ni preocupaciones de orden ontológico, ya que esto excede a las pretensiones de esta investigación.



mismo tiempo, las estructuras abstractas subyacentes sobre las que aquella variedad y aquella complejidad se rigen (Fabbri,P y Marrone, G., 2001:142). Esta corriente semiótica acepta que la figuratividad tiende a ser autónoma y a producir verdaderos procesos de razonamiento figurativo que se despliegan gracias a diversos niveles de densidad figurativa. Es en este nivel figurativo en el que cristalizan los sentidos compartidos, en él se estabilizan y anclan los acuerdos, la interpretación y comprensión de las versiones del mundo que habitamos. Según explica Paolo Fabbri: “Hay complejidades que no pertenecen al orden de la profundidad sino que están en los pliegues de las apariencias. Hay que recorrer esos pliegues, como se diría recorrer el laberinto, hay que esbozar los modos de un razonamiento figurativo transformador de las creencias” (Fabbri, 1987:116).

Esta tesis defiende la existen de un razonamiento figurativo que implica a su vez formas de razonamiento afectivo y ético. Los textos no sólo establecen contenidos éticos y afectivos desde su valor enunciado sino que la relación ético-afectiva, presupuesta en ellos, queda establecida a partir de su forma estética. Mucho mejor que nosotros resume este planteamiento Bajtin: “La creación artística y la contemplación (que, desde nuestro punto de vista, también se dan en los textos mediáticos, no sólo en el arte y más aún cuando nos referimos a un género como la publicidad) asimilan directamente el elemento ético del contenido por el camino de la empatía o de la simpatía y de la covaloración, pero en ningún caso por el camino del entendimiento y la interpretación teóricos que sólo puede ser un medio para la simpatía; directamente ético es sólo el acontecimiento del hecho (del hecho-idea, del hecho-acción, del hecho-sentimiento, del hecho-deseo, etc.) en su realización viva que emana del interior de la conciencia en acción; precisamente, ese acontecimiento es finalizado desde el exterior por la forma artística, pero no como una transcripción teórica en forma de juicios éticos, de normas morales, de sentencias, de valoraciones jurídicas, etc.” (Bajtin, 1989:42).

¿Que otra cosa sino un hacer de la figuratividad del texto y de la práctica discursiva es la que menciona Bajtin?

La forma tiene que ver con la naturaleza ética primaria, escribe el autor. Y la relación que dicha forma establece se basa en el proceso de empatía o simpatía, en la co-valoración afectiva que se establece en el espacio de la enunciación, porque, como señala Bajtin, no se trata de empatizar con una conciencia psicológica, sino con “una conciencia activa, orientada éticamente” (Bajtin, 1989:42).

Tomaremos para esta breve descripción de la dimensión figurativa de la significación los trabajos ya citados de Bajtin sobre el acto estético<sup>26</sup>, en los que aporta una interesante explicación sobre la articulación entre forma y contenido, y sobre la centralidad del aspecto formal en el acto estético. Como hemos mencionado, desde nuestra perspectiva, la publicidad, si bien no es un texto puramente artístico, en él la dimensión estética juega un papel central para la construcción del sentido, puesto que en el contexto cultural contemporáneo se percibe e interpreta como un texto cultural para el disfrute, al mismo nivel que un videoclip musical o un corto<sup>27</sup>.

El contenido para Bajtin no puede en ningún caso quedar desligado de la forma, así “a esta realidad del conocimiento y de la acción ética, reconocida y valorada, que forma parte del objeto estético, y está sometida en él a una unificación intuitiva determinada, a individualización, concreción, aislamiento y conclusión, es decir, a una elaboración artística multilateral con la ayuda de un material determinado, la llamamos (...) contenido de la obra de arte” (Bajtin, 1989:37).

Los aspectos cognitivos, aunque insuficientes por sí mismos para determinar el contenido de la obra, son los que iluminan desde dentro el objeto estético. Cuando Bajtin aborda el estudio de la forma estética establece entre ésta y su materialidad una relación de tensión en la que una no agota a la otra. La materialidad del objeto estético debe comprenderse como imbricada en una técnica, pero no desde un punto de vista puramente instrumental, sino como una dimensión que también anima y activa, dotándolos de sentido y vida, todos los aspectos de dicho objeto.

Tal vez forcemos las propuestas bajtinianas, que él atribuía a la palabra poética y al objeto artístico en particular, al procurar repensarlas en el marco de las representaciones mediáticas. Sin embargo, consideramos que su aportación es imprescindible para valorar el aspecto ético-político de toda representación y, por tanto, abordar un análisis que tenga en cuenta la ética

---

<sup>26</sup> No compartimos la diferenciación de Bajtin entre el acto del conocimiento y el acto estético, del que hace un planteamiento excesivamente objetivista, y también bastante optimista, al considerar que el conocimiento construye algo nuevo sin retener en él la realidad preexistente. Tampoco su idea de que la ciencia, como unidad objetiva de objetos no tiene autor-creador mientras que sí lo posee la forma artística (1989:62). Creemos, sin embargo, que la definición que da de acto estético es válida para la comprensión de la dimensión figurativa de la comunicación: “la particularidad de lo estético, que lo diferencia netamente del conocimiento y del hecho, es su carácter receptivo, receptivo positivo: la realidad preexistente del acto estético, conocida y valorada por el hecho, entra en la obra (más exactamente en el objeto estético), donde se convierte en elemento constitutivo indispensable” (Bajtin, 1989:35).

<sup>27</sup> Esta idea queda reforzada por las nuevas prácticas del marketing, en el que las empresas procuran posicionarse mediante géneros publicitarios híbridos, como los formatos y tendencias del *advertainment*, el *brand content*, el marketing de guerrilla, etc.

comunicativa de todo producto mediático, a partir de las representaciones y figuraciones que éste moviliza.

Su trabajo articula la dimensión ética y performativa de los discursos, en conjunto su dimensión experiencial, partiendo de la dimensión estética, que aquí asimilamos a la figuración. La pregunta presupuesta en su reflexión aborda la manera en que la intersubjetividad se incorpora en el espacio abierto por la materialidad significativa. Pero antes de continuar con los planteamientos bajtinianos, tal vez debemos concretar algo más que entendemos por materialidad significativa.

La materialidad significativa de la figuración es posible gracias a la existencia de una dimensión retórica del lenguaje, que opera en primer término, puesto que, como sabemos no hay lugar para la literalidad, para la vinculación transparente entre las palabras y las cosas. “El lenguaje figura la escena de su acontecer material y en dicha escena se juega la dimensión retórica” (Aguilar, 2004: 81).

Barthes explicó que no interpretamos contenidos, informaciones, sino retóricas, de ahí, la importancia de la forma estética. Lo que nos da el mito es una forma significativa en la que se aglutinan modos de presencia diversos<sup>28</sup>, los contruidos por proximidad metonímica en la forma, y los establecidos mediante relaciones asociativas por espesor metafórico en su dimensión conceptual, volveremos sobre esto.

El trabajo de Barthes recupera para el análisis de los discursos mediáticos un problema teórico sobre la materialidad significativa que ya estaba recogido en trabajos de autores clásicos. Levy-Strauss lo aborda, en el campo de la antropología, como una posible traducción de la noción de maná proponiendo el concepto de “significante flotante”, que después se incorpora a la obra de Lacan en psicoanálisis<sup>29</sup>, y previamente en términos diferentes también se encontraba en la producción freudiana, como el mismo Barthes señala (2000:111-114). Este problema teórico también preocupó a Derrida (1989:384-401) y la deconstrucción, así como, está presente en el trabajo de Deleuze y Guattari (2000) a través del concepto de “consigna” o en el de Laclau (1996) con el de “significante vacío”.

<sup>28</sup> Los elementos de la forma tienen entre sí, por lo tanto, relaciones de lugar, de proximidad: el modo de presencia de la forma es espacial. El concepto, por el contrario, se ofrece de manera global, es una suerte de nebulosa, la condensación más o menos imprecisa de un saber. Sus elementos están ligados por relaciones asociativas: es sostenido no por una extensión sino por un espesor (aunque esta metáfora sea aún demasiado espacial); su modo de presencia es memorial (Barthes, 2000:116).

<sup>29</sup> Se puede encontrar una lectura realizada por Iris Zavala sobre las propuestas lacanianas en relación a la obra de Bajtin en los comentarios que realiza a la obra *Hacia una filosofía del acto ético* (1997:210-222),

En todos los casos, que pertenecen a perspectivas epistemológicas diversas, percibimos un intento de explicar la tensión que se produce entre el ser incompleto que presupone la existencia de una especie de vacío o quiebre y el exceso de significación que obliga, en todo proceso de sentido, a la condensación simbólica<sup>30</sup>.

El planteamiento básico podría enunciarse de la siguiente forma: existe un exceso de significados en relación a las cosas significadas y es imposible dominar la riqueza de todo lo existente; esta sobreabundancia es lo que permite el pensamiento simbólico, según Levi-Strauss. La existencia de los “significantes flotantes” permite a los sujetos nombrar aquello para lo que no tienen significados específicos, lo que aún no han sido capaces de comprender y al dotarlo de nombre mediante estos significantes se apropian, en parte, de lo que parecía ininteligible. De esta acción de la lengua emerge el sentido.

La posibilidad de emergencia de estos significantes flotantes va acompañada de la idea del vacío o quiebra de una estructura. Es decir, frente a la lectura que ve en el movimiento estructuralista la defensa de estructuras con centros y límites rígidos, lo cierto es que los planteamientos postmodernos que superan estas ideas e insertan las perspectivas sobre cierres fallidos y lugares fronterizos provienen de la propia corriente de pensamiento estructuralista. Este paradigma de pensamiento lejos de considerar la posibilidad de definir positivamente una estructura con un centro, se ocupará de sus límites, de los restos, de la falta y de la dinámica de las diferencias que es, precisamente, aquello que le permite ser funcional en cuanto estructura. La tensión entre el vacío del significante y el exceso de la significación sustenta la comprensión de la estructura como mecanismo de traducibilidad y de transporte, de movimiento y desplazamiento del sentido, que se descubre irreductible, pero dotado de posibilidades de fijación e inscripción. Esta idea de movimiento y pasaje está, por ejemplo, recogida en el concepto de “significante flotante”.

Sánchez Leyva explica que la traducibilidad es una propiedad fundamental de todo sistema semiótico, “es un procedimiento de inteligibilidad, un asunto de relación social, luego de comunicación y significación”. La autora retoma de Greimas y Courtes, la idea de que la

---

<sup>30</sup> Si el exceso es básico en todo proceso de comunicación, aún tiene un mayor protagonismo en ciertos géneros como, por ejemplo, la publicidad, que trabaja con un material particularmente excesivo, en el que la transposición de lo lingüístico a lo figural, adquiere un carácter onírico (Lucas, 1990). Tal y como explicó Freud en *La interpretación de los sueños*, el proceso onírico se caracteriza por la suspensión de las reglas lógicas, así como por los mecanismos de desplazamiento y condensación simbólica, que impiden la adecuación entre los contenidos manifiestos y los contenidos latentes. Esto es, en el lenguaje onírico, el significante funciona en plenitud permitiendo las conexiones y traducciones con un alto grado de libertad, en direcciones a menudo contradictorias, puesto que las reglas del sentido lógico han quedado suspendidas, permitiendo la translación constante de un sustrato a otro.

significación es primordialmente una operación de traducción antes que su resultado, y concluye que “esta orientación abre un camino analítico que impide ver en la traducción una mera operación de equivalencias pues las ideas de proceso y acción que implica obligan a pensarla en tanto que actividad semiótica de interpretación y producción siempre en movimiento” (Sanchez Leyva, 2007:350).

El proceso de traducción implicado en estos significantes flotantes atañe a las nociones sobre las que se articula la formación discursiva objeto de análisis. La Solidaridad puede ser considerada como un caso de significante flotante, ya que a través de esta noción se ha dado expresión (se han traducido) a estructuras de sentimientos y versiones del mundo que aún no estaban explicitadas, no eran inteligibles como experiencias compartidas. Su análisis en este sentido nos ayuda a comprender cómo funciona en cuanto suplemento, ya que más allá de si los sujetos creen controlar y tener plena conciencia de su utilización y funcionalidad, a través de él están inscritas las reglas de juego de la formación discursiva, que impone sus fronteras y limitaciones.

La retórica es una potente máquina de generación de significados a través de la sintaxis de demarcaciones y delimitaciones. De esta forma, los sujetos al intentar determinar, territorializar un espacio experiencial mediante el juego significativo, se encuentran ellos mismos “demarcados” o “habitados” por su sentido, traspasados por el “habla mítica”. Pero a la vez, estas fallas, los espacios vacíos son los que permiten la intervención de los sujetos, los que niegan la plena sujeción y afirman la capacidad creativa y performativa del sentido. La singularidad acontece por los espacios que la traducción crea entre órdenes -estructuras- diferenciados, regidos por sistemas relacionales.

Este es el planteamiento que sistematizan Deleuze y Guattari (2004:122) al definir el régimen significativo del signo, enunciando ocho aspectos o principios que le caracterizan. Son los siguientes: 1) el signo remite al signo, y remite al signo hasta el infinito (lo ilimitado de la significancia, que desterritorializa el signo); 2) el signo es restablecido por el signo, y no cesa de volver (la circularidad del signo desterritorializado); 3) el signo salta de un círculo a otro, y no cesa de desplazar el centro y a la vez de referirse a él (la metáfora o la histeria de los signos); 4) la expansión de los círculos está siempre asegurada por interpretaciones que producen significado y vuelven a producir significativo (la interpretosis del sacerdote); 5) el conjunto infinito de los signos remite a un significante mayor que se presenta como carencia, pero también como exceso (el significante despótico, límite de desterritorialización del sistema); 6) la forma del significante tiene una sustancia, o el significante tiene un cuerpo que es Rostro

(principio de los rasgos de rostridad, que constituye una reterritorialización); 7) la línea de fuga del sistema está afectada de un valor negativo, condenada como lo que excede la potencia de desterritorialización del régimen significante ( principio del chivo expiatorio); 8) es un régimen la trampa universal, a la vez en los saltos, en los círculos regulados, en los códigos de las interpretaciones del adivino, en la publicidad el centro rostrificado, en el tratamiento de la línea de fuga”.

En esta aproximación teórica queremos destacar que este régimen significante nos habla de desplazamientos, de circulación, de performatividad y de juego. El juego de las reglas de la comunicación y del lenguaje es el que permite los desplazamientos y la circulación de los múltiples sentidos, así como, su hacer performativo.

Sin embargo, los significados de un signo dependen de sus usos y están sometidos a las reglas particulares de cada situación, principio interaccionista plenamente incorporado en la semiótica<sup>31</sup>. Y si no es posible jugar sin ser jugado por las reglas, tampoco lo será hablar sin ser hablado. Los signos en los discursos mediáticos, además de estar sometidos al habla mítica, pueden ser comprendidos como consignas.

“Nosotros llamamos consignas, dicen Deleuze y Guattari, no a una categoría particular de enunciados explícitos (por ejemplo al imperativo), sino a la relación de cualquier palabra o enunciado con presupuestos implícitos, es decir, con los actos de palabra que se realizan en el enunciado, y que sólo puede realizarse en él”. “Las consignas no remiten, pues, únicamente a mandatos, sino a todos los actos que están ligados a enunciados por una “obligación social”. Y no hay enunciados que, directa o indirectamente, no presenten este vínculo. (...) El lenguaje sólo puede definirse por el conjunto de consignas, presupuestos implícitos o actos de palabra, que están en curso en una lengua en un momento determinado” (Deleuze y Guattari, 2004:84). En cuanto modelo y marca la noción de ONG funciona como consigna, porque su enunciación señala todo un entramado de valores y posicionamientos sociales. En el próximo apartado desarrollaremos esta idea a través de la teoría de la argumentación en la lengua.

En la consigna, acto y enunciado se relacionan sin identidad, sin cierre, ni estructura, sino que la relación es interna<sup>32</sup>, inmanente, gracias a la redundancia. “La consigna es en sí misma

<sup>31</sup> Los juegos de lenguaje de Wittgenstein en las *Investigaciones Filosóficas* explican bien esta visión. “La expresión «juego de lenguaje» debe poner de relieve aquí que hablar el lenguaje forma parte de una actividad o de una forma de vida”.

<sup>32</sup> Esta relación entre acto y enunciado es siempre conflictiva, existe una tensión que puede explicarse, por ejemplo, a través de las dinámicas simultáneas de sincronía y diacronía. La relación sincrónica establece el significado por relación diferencial entre los elementos que componen el sintagma, dinámica que está abierta a la creatividad. Mientras que en la relación diacrónica los signos que

redundancia del acto y de enunciado”. Este proceso de redundancia no es sencillo, ni unidireccional, sino que, según puntualizan los autores, es doble: por frecuencia y resonancia. La frecuencia, dicen, concierne a la significancia de la información, la resonancia a la subjetividad de la comunicación. En ambos casos, significancia y subjetividad, están constreñidos por la sujeción a las significaciones dominantes, que si en Barthes cristalizan en los mitos, en *Mil Mesetas*, lo hacen a través de las consignas.

Ambos fenómenos recuerdan que no hay posibilidad de enunciación individual, sino “el carácter social de la enunciación sólo está intrínsecamente fundado si se llega a demostrar cómo la enunciación remite de por sí a agenciamientos colectivos” (Deleuze y Guattari, 2004:85).

Existe una tensión entre el plano de la enunciación y el plano del enunciado, de la que dan cuenta las consignas deleuzianas, tensión que determina su significado en cuanto significación espacio-temporal inscrita en el agenciamiento colectivo. Esta tensión, en la que interviene la ruptura, la distancia, el exceso y el pasaje, posibilita la emergencia de un tercer lugar, al que aludimos al hablar sobre la dimensión enunciativa. Existe una distancia entre el lugar de lo representacional y el instante enunciacional performativo. La dotación de sentido impone, precisamente, estas distancias –habitadas por la mediación-. Sugiere Ricoeur que interpretar es circunscribir un signo y atender a la brecha o distancia de su proceso de interpretación. Estas distancias y el mecanismo de traducibilidad demuestran en qué media la retórica y, por tanto, la dimensión figurativa son esenciales al sistema semiótico.

Rechazar el referencialismo, aceptar la retoricidad de la lengua, la significación como proceso de traducibilidad y la centralidad de la dimensión figurativa que reclama el exceso de significación es fundamental para indagar sobre los procesos de sentido en todas las áreas de experiencia.

Es el tono del discurso, su entonación, la que expresa el sentimiento de la actividad verbal haciéndole funcionar como actividad productiva dialógica. “No la unidad del objeto, ni la del acontecimiento, sino la unidad de la comprensión y el abarcamiento del objeto y del acontecimiento” (Bajtin 1989:68), esto es, su régimen de inteligibilidad.

Para Bajtin, toda acción discursiva se orienta hacia fuera, “porque es una actividad que ama, sublima, humilla, llora, etc.; en otras palabras, es una relación determinada desde el punto de

---

participan se presentan como pre-existentes, su reificación (o naturalización) indica el olvido de su proceso de construcción social, lo que les convierte en consignas. Nietzsche en su artículo *Sobre la verdad y mentira en sentido extramoral* se refiere a este ‘olvido’ sistemático sobre el que los sujetos construyen el andamiaje conceptual compartido que les permite hablar de la ‘verdad’.

vista axiológico”, una palabra entonada, esto es, con capacidad para expresar la diversidad de juicios de valor. Esta propuesta acerca a Bajtin a planteamientos teóricos contemporáneos como los formulados en la teoría de la performatividad por una autora como Butler (1997,2001), y que nos ayudan a elaborar la tensión de la que venimos ocupándonos entre la capacidad de agencia y la sujeción normativa.

### a) Figuraciones en proceso, mediación y afectividad

“Tuve por primera vez una intuición que me sigue persiguiendo. (...)Es la noción de lo que yo llamo figuras. Es como el sentimiento –que muchos tenemos, sin duda, pero que yo sufro de una manera muy intensa- de que aparte de nuestros destinos individuales somos parte de figuras que desconocemos. Pienso que todos nosotros componemos figuras. (...) Siento continuamente la posibilidad de ligazones, de circuitos que se cierran y que nos interrelacionan al margen de toda explicación racional y de toda relación humana”

Cortazar

El modelo del análisis de las figuraciones se ocupa de los espacios relacionales de la mediación, destacando la importancia de los procesos socio-históricos para el análisis de la cultura y las estructuras socio-afectivas. Como hizo Elías en el campo de la sociología, en este trabajo nos aproximamos a la compleja relación existente, según sus términos, entre las estructuras sociales, los contenidos de la conciencia, los patrones de comportamiento y los modelos afectivos<sup>33</sup>. Elías sostuvo teóricamente que las estructuras emotivas y su regulación están sometidas a cambios de larga duración y que existía una difícil conexión entre las estructuras individuales afectivas y psicológicas y las estructuras sociales; dimensiones interdependientes que podían analizarse a través del concepto de figuración<sup>34</sup>.

Las estructuras socio-afectivas precisan figuraciones, es decir, modelos de composición en los que los individuos se insertan como formando un baile; movimientos que responden a ritmos diferentes y en los que no todos los participantes se mueven a igual velocidad ni de la misma

<sup>33</sup> En opinión de Elías: “toda investigación que quiera entender la conciencia de los hombres, su «ratio» o sus «ideas» sin considerar al mismo tiempo la estructura de los impulsos, la orientación y la configuración de los sentimientos y de las pasiones sólo conseguirá resultados limitados, puesto que ignorará necesariamente gran parte de lo que es imprescindible para la comprensión de los seres humanos. (Elías, 1987:494)

<sup>34</sup> “Lo que se entiende por *figuración* es, básicamente, un conjunto de situaciones con múltiples vínculos entre sujetos, donde su espacio de pertenencia produce un efecto sobre ellos. Este sistema de interdependencias supone un modelo cambiante que constituyen tanto las partes como la totalidad, donde los sujetos intervinientes se hallan involucrados en toda su persona, en todo su hacer, tanto en su vínculo social con los otros como en su relación física con las cosas y el espacio (Nocera, 2006).



manera. Lo que nos ofrece el concepto de figuración es la posibilidad de pensar en la red de posiciones – la arquitectura enunciacional- que puede ser habitada por parte de los sujetos individuales o colectivos, así como las maneras en las que están entrelazadas esas figuraciones y cómo se desplazan, transforman o estabilizan.

Elías estaba convencido de que la estructura de las emociones humanas y sus pautas de control se modifican a lo largo del tiempo según la época histórica, el tipo de sociedad y la clase social. (Para él, el proceso civilizatorio consiste en la institucionalización de un conjunto de coerciones, internas y externas, a las que están sometidos los individuos que alteran una estructura afectiva dada, haciéndose extensivas además al resto de manifestaciones humanas -Elías, 1993:9).

Estos planteamientos, dejando al margen sus inclinaciones teleológicas, le permiten establecer una serie de principios transversales, de los que recuperamos los siguientes: en primer lugar, el objeto de la sociología deben ser los individuos en plural que se encuentran bajo varias formas de interdependencia, y cuyas vidas determinan y a la vez son determinadas por figuraciones sociales. En segundo lugar, estas figuraciones se hallan en flujo y movimiento continuos, tanto puntuales como duraderos, estos cambios no pueden ser planeados ni previstos. Y por último, el desarrollo del conocimiento humano ocurre en las figuraciones sociales, siendo uno de los elementos principales de su desarrollo general (Gaspar, 2003: 127-128). Este punto de partida en la reflexión es lo que nos resulta más interesante, la forma en que lo individual y particular participan de lo social y cómo ambos niveles están sometidos a formas de estructuración diversas pero en las que existen espacios y dinámicas compartidos<sup>35</sup>.

Las figuraciones elisianas completan nuestras propuestas sobre la arquitectura enunciacional y la figura como modos de expresión de la relación ético-estética. La idea de figuraciones articula los aspectos ya avanzados y nos ayudan a reflexionar sobre la configuración del sujeto en el marco de un orden socio-afectivo y moral particular.

A través de la idea de figuraciones en proceso se intenta superar la noción de individuo como

<sup>35</sup> “Opinemos lo que opinemos sobre las manifestaciones, actitudes, deseos o configuraciones humanas, con independencia de la vida social de los hombres, todo ello es, por razón de su esencia, materialización de las relaciones y los comportamientos humanos; esto es, materialización de elementos sociales y psíquicos. Esta afirmación es válida en lo relativo a la «lengua» que no es otra cosa que relaciones humanas en voz alta; es válida, asimismo, para el arte, la ciencia, la economía, la política, esto es, para manifestaciones que son de alto rango, de acuerdo con nuestra escala de valores, al igual que para manifestaciones que son insignificantes y carecen de importancia, también desde el punto de vista de nuestra escala valorativa. (...) Pero son precisamente estas manifestaciones, aparentemente insignificantes, las que a menudo nos revelan aspectos de la estructura social y de la evolución espiritual que aquellas otras manifestaciones, en cambio, no nos permiten ver con claridad” (Elías, 1987:160).

ente delimitado, dotado de una interioridad autónoma<sup>36</sup>, y en su lugar se propone una idea de sujeto abierto e interdependiente, en la línea de las teorías contemporáneas del actor-red. “La interdependencia es fundamental y determina la manera en que los objetos’ actúan sobre los ‘sujetos’, los ‘sujetos’ sobre los ‘objetos’, los fenómenos naturales no humanos sobre las personas, y las personas sobre la naturaleza no humana” (Citado por Nocera, 2006). Son estas interdependencias, que definen a los sujetos, las que están conceptualizadas en la obra de Elias, como composiciones o figuraciones<sup>37</sup>.

Una composición es un entramado de interdependencias que define una estructura social y un orden socio-afectivo y moral. El autor emplea la imagen de la danza<sup>38</sup> para explicar cómo estas composiciones tienen lugar en los estados, familias, ciudades o, incluso, en los sistemas capitalista, comunista o feudal. La figuración o composición es un concepto que afecta a la noción de ser humano y nos permite entender a éste no como una entidad autónoma reificada, sino que más allá de la explicación antropológica o trascendental que decida dársele a este concepto, esta perspectiva analiza a los seres humanos como sujetos esencialmente interdependientes.

El reto es cómo imaginarse siendo parte de una composición y de qué manera esta imaginación no sólo remite a componentes cognitivos, sino también afectivos. Sin embargo, para poder abordar este análisis, antes hay que superar otra dificultad: la que proviene del hecho de que las personas tienen fragmentada su representación no sólo como sujetos cerrados y aislados, sino también en lo referente a su lugar como individuos y como actores sociales. Parece que hay una profunda resistencia a imaginarnos figuraciones en proceso, es decir, a ver las interdependencias más allá de modelos cerrados y excluyentes tipo dicotomías

---

<sup>36</sup> “El sentimiento de que hay un muro que separa algo en el ‘interior’ del hombre frente al ‘mundo exterior’, que puede ser muy auténtico como tal sentimiento, no se corresponde con nada que haya en los hombres y que tenga el carácter de muro verdadero” (Elías, 1987:42).

<sup>37</sup> “En lugar de la imagen del ser humano como una ‘personalidad cerrada’ —a pesar de su significado ligeramente cambiante, la expresión es ilustrativa— aparece la imagen del ser humano como una ‘personalidad abierta’ que, en sus relaciones con los otros seres humanos, posee un grado superior o inferior de autonomía relativa, pero que nunca tienen una autonomía total y absoluta y que, de hecho, desde el principio hasta el final de su vida, se remite y se orienta a otros seres humanos y depende de ellos. El entramado de la remisión mutua entre los seres humanos, sus interdependencias, son las que vinculan a unos con otros, son el núcleo de lo que aquí llamamos composición, composición de unos seres humanos orientados recíprocamente y mutuamente dependientes. Como quiera que los seres humanos tienen un mayor o menor grado de dependencia recíproca, primero por naturaleza y luego por el aprendizaje social, por la educación y por la socialización a través de necesidades de origen social, estos seres humanos únicamente se manifiestan como pluralidades; si se me permite la expresión, como composiciones” (Elías, 1987:44).

<sup>38</sup> Así, “igual que cambian esas pequeñas composiciones que son los bailes- a veces más lentamente a veces con mayor rapidez-, también cambian- más lentamente o más rápidamente- esas composiciones mayores a las que llamamos sociedades.” (Elías, 1993:45).

individuo-sociedad, en el propio devenir, hacerse, re-territorializarse, lo que afecta a la capacidad creativa e imaginativa con respecto a las representaciones que configuran el espacio público político.

Los obstáculos mencionados pueden relacionarse con el hecho de que en la figuración la interdependencia entre los sujetos genera un orden concreto que es más fuerte y más amplio que la voluntad y la razón de los individuos que lo constituyen<sup>39</sup>. El concepto de figuración trata de explicar las interdependencias no intencionales entre acciones intencionales de los individuos, prevaleciendo las primeras en el marco de análisis de los procesos sociales (Gaspar, 2003). Elías cree que el sujeto no es capaz de tener una idea completa de la figuración en la que está inscrito y que a medida que aumenta la complejidad social mayor es dicha opacidad, y por eso las consecuencias no intencionales predominan sobre la acción intencional.

Consideramos que el concepto de figuración debe ser completado con otros que nos permitan conectar su comprensión de lo social con los aspectos semióticos que se dan en el plano intersubjetivo comunicacional, elementos que influirán de forma directa en la comprensión de lo social, de los contextos socio-discursivos, de la identidad, etc., y que afectarán a las formas de actuación y las actitudes de los sujetos en el marco de las figuraciones. Estas dinámicas de mediación semiótica en la cultura contemporánea se desarrollan, en gran medida, a través de los medios de comunicación que además de realizar una gestión de recursos cognitivos y estéticos, también se encargarán de mediar y controlar los afectos colectivos (Chouliaraki, 2006).

En cuanto a las posibilidades de imaginarnos en una figuración, Elías dedica parte de su obra a pensar de qué manera se está produciendo algo que podríamos llamar una figuración articulada sobre la idea de humanidad. En su opinión, el contexto globalizado, de creciente interdependencia, ha transformado lo social, como entidad y como dinámica, modificando a su vez las condiciones de supervivencia de los sujetos y los modos de convivencia entre ellos. Este proceso de paulatina integración en lo global no sucede exento de contradicciones, dado que

---

<sup>39</sup> Gaspar ha criticado la falta de precisión en las definiciones de la obra elisiana, especialmente en lo que se refiere a las figuraciones, destacando las limitaciones de este concepto a la hora de abordar la separación entre individuo y sociedad. La autora no cree que éste pueda ser un concepto en el que se reúna, por ejemplo, las aportaciones de la fenomenología o el interaccionismo simbólico en el plano intersubjetivo. Según ella, “no logra integrar dialécticamente la naturaleza perceptiva y representacional de las intenciones que anteceden una determinada acción con la estructura social en que adquieren visibilidad, y que es condicionada y les condiciona a la vez” (Gaspar, 2003: 141) En este sentido, Gaspar considera que como dimensión constitutiva de la acción social la cuestión de la intencionalidad no está bien resulta en el esquema elisiano y que éste debería completarse con otras herramientas analíticas.

las figuraciones no se construyen en un espacio de consenso estático, sino en un espacio de dinámicas de poder, de relaciones de tensión entre la alianza y el antagonismo.

De este modo, las dinámicas que podrían estar apuntando hacia la conformación de una figuración como “humanidad”, están siendo contrarrestadas y desplazadas por otras que sugieren, por el contrario, mayor fragmentación y más aislamiento, ya sea por las dinámicas de dominación y exclusión que caracterizan a la globalización, ya sea por los procesos de individualización hegemónicos propios de las sociedades neo-liberales.

Elías creía en un proceso paulatino de integración que conduciría a las sociedades hacia la creación y consolidación de la figuración humanidad, y destacaba de dicho proceso que no podría darse únicamente en términos cognitivos, sino que sería imprescindible la movilización de un ethos humanitario, es decir, la emergencia de una estructura de sentimientos afín a dicha figuración.

Aunque no necesariamente compartamos los términos en los que Elías describe la construcción de esa humanidad, nos interesa la cuestión teórica que su propuesta señala: la importancia de la dimensión afectiva en la construcción del orden, de las referencias identitarias y los campos de pertenencia incluso en el ámbito más amplio, el de “la humanidad”. La emergencia de un sujeto colectivo depende de un contexto de movilidad social y se encarna o corporeiza en sujetos diversos, no es una entidad apriorística, ni que pueda ser diseñada por completo. “Lo que se plantea aquí (...) es simplemente el problema general del cambio histórico: este cambio en su totalidad no está planificado “racionalmente”, pero tampoco es un ir y venir arbitrario de figuras desordenadas. ¿Cómo es esto posible? ¿Cómo puede haber formas en el mundo humano que nadie ha imaginado y que, sin embargo, no son, ni mucho menos, figuras nebulosas, sin consistencia y sin estructura?” (Elías, 1987:449-450). El tipo de cuestiones que Elías plantea por medio del concepto de figura o figuración es abordado por R. Williams a través de las “estructuras de sentimiento”.

Son aquellas estructuras que están por venir, por hacer, pero no en el vacío. Sin embargo, ante la incapacidad de un dibujo perfilado que ofrezca la seguridad anhelada, la sociedad no se debería conformar con la estabilización temporal de lo normativo como si fuese una verdad esencial. Según Latour, “un mundo común no es algo que tengamos que reconocer como si siempre hubiera estado ahí, y del que todavía no hemos tenido noticia. Un mundo común es algo que si llega a existir, tenemos aún que construirlo a brazo partido” (Latour, 2004), una tarea que debe afrontar una cosmopolítica”.

### 2.2.3 Sentidos orientados

La incorporación de la argumentación en la perspectiva semiótica forma parte del proceso contemporáneo de recuperación de la retórica, que ha situado a la argumentación como uno de los núcleos centrales en la comprensión del sentido<sup>40</sup>. Nuestra interpretación de la teoría de la argumentación en la lengua ubica a ésta en íntima conexión con la dimensión pragmática del discurso y con una teoría polifónica de la enunciación que contempla el diálogo como núcleo central del sentido.

Admitimos la propuesta de Sanchez Leyva que afirma: “Vemos en la argumentación uno de los principales dispositivos discursivos de instauración y reformulación de órdenes de significación. La generación de acuerdos y su activación requieren procedimientos de referir a lo general, convencionalizando y generando órdenes categoriales. Como productos y productores de objetivación, estos acuerdos generan universos de sentido bajo los que se orienta nuestra comprensión de lo social, ordenan las realidades y dotan de coherencia a los hechos sociales, fundando y reformulando una memoria colectiva” (Sánchez Leyva, 2003:117). Desde Aristóteles, la Retórica es definida como “el arte de razonar a partir de opiniones generalmente aceptadas”. La retórica es también un tipo de razonamiento de lo probable, “a medio camino entre el discurso demostrativo y la violencia disimulada en el discurso puramente seductor”(Ricoeur, 1997). “El campo de la argumentación es el de lo verosímil, lo plausible, lo probable, en la medida en que este último escapa a la certeza del cálculo.” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 2000:30). Lo previamente aceptado y lo probable son dos elementos de la Retórica que, en tercer lugar, se define por su orientación hacia el oyente (Perelman y Olbrechts-Tyteca (2000)<sup>41</sup>. Se trata de un tipo de discurso básicamente persuasivo que despliega un hacer creer performativo que persigue modificar las creencias del otro<sup>42</sup>. En

<sup>40</sup> La obra de Perelman y Olbrechts-Tyteca (2000) *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, es una de las obras fundacionales de este nuevo periodo. En la incorporación de esta perspectiva nos guiaremos por la audaz lectura que Sánchez Leyva ha realizado en su tesis doctoral (2003) *La construcción discursiva del espacio público: sentido argumentación y consenso*, no sólo de la nueva retórica, sino específicamente de la teoría de la argumentación en la lengua de Ducrot y Anscombe, en la que reivindica la validez de estas propuestas y amplía la repercusión teórica de las mismas haciendo de la argumentación la fundamentación del sentido.

<sup>41</sup> El objeto de la teoría de la nueva retórica “es el estudio de las técnicas discursivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su asentimiento.” (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 2000:34). Esto significa que “toda argumentación se desarrolla en función de un auditorio” (2000:36).

<sup>42</sup> Estos aspectos relacionan la argumentación con las teorías de la performatividad lingüística. En palabras de Ricoeur: “La orientación hacia el auditorio implica que el orador parte de las ideas admitidas

cuarto lugar, la retórica aparece históricamente como el arte de agradar, de atraer la atención, en relación a las cuestiones de la *elocutio* y el estilo que tanto peso adquirieron durante los siglos previos a la Ilustración en los que se desarrolló la crítica o la minusvaloración de la disciplina.

Barthes apunta que la Retórica se mueve entre dos grandes vías: convencer y conmover, una lógica y otra psicológica, a través de pruebas que tienen su propia fuerza y ejercen sobre el oyente, como decía Ricoeur, “una violencia justa”, y pruebas subjetivas o morales guiadas por el humor previsto de quien debe recibirlo (Barthes, 1997:123). Como vemos, Barthes vuelve sobre la idea de que la retórica expresa una moral, una relación ético-estética en la que, de nuevo, quedan unidos los aspectos cognitivos, estéticos y afectivos de la representación.

En este marco de problemas, la teoría de “la argumentación en la lengua”, de Ducrot y Anscombre (1994), sostiene que el aspecto argumentativo de los enunciados es parte de su sentido, esto es, que el sentido depende de la cualificación de una enunciación a la que se le asignan ciertos poderes o consecuencias; de esta forma, un enunciado presenta su enunciación como algo que lleva a admitir una conclusión.<sup>43</sup> En los enunciados tiene lugar la cristalización de movimientos argumentativos<sup>44</sup>. Estos encadenamientos argumentativos, inscritos en las palabras y los enunciados, están fundados en los *topoi* o formas tópicas. Las formas tópicas son aquellas que permiten explicar cómo se dice A para que el destinatario concluya C en virtud de unas reglas y principios que el destinatario considera válidos. Son los *topoi* los que actúan como garantes del encadenamiento entre el argumento y la conclusión y no una “referencialidad objetivista”, que ya rechazamos al hablar de la dimensión figurativa.

---

que comparte con éste último. El orador sólo adapta su auditorio a su propio discurso si primero acomoda éste a la temática de las ideas admitidas”.

<sup>43</sup> No sólo la teoría de la argumentación en la lengua apunta hacia esa dirección, otros mecanismos discursivos como la presuposición también lo explican. “La presuposición es entonces un elemento de sentido, si entendemos el sentido en la forma que acabo de proponer, como una suerte de retrato de la enunciación. Decir que presupongo X es decir que pretendo obligar al destinatario, por virtud de mi manifestación a que admita X, sin otorgarle por ello el derecho a proseguir el diálogo a propósito de X” (Ducrot: 1999:47).

<sup>44</sup> Las premisas de esta teoría, según Sánchez Leyva son las siguientes: en primer lugar el significado está constituido a través de relaciones de tipo discursivo y argumentativo. En los discursos, los conectores discursivos tienen en cuenta las relaciones argumentativas a la hora de establecer los encadenamientos entre segmentos de discurso. Por esa razón, Anscombre y Ducrot defienden que la relación argumentativa es previa a las informaciones aportadas por los segmentos vinculados. Si el encadenamiento discursivo se desarrolla gracias a las relaciones argumentativas, eso permiten demostrar que “el sentido de las palabras plenas y de los enunciados es el de evocar virtualidades argumentativas. (...) Con ello, se describe la palabra por su relación con “otras cosas”, es decir, definimos las palabras por las conclusiones a las que pueden conducir en los usos y pueden ser descritas por sus virtualidades o posibilidades argumentativas” (Sánchez Leyva, 2003:157).

La propuesta de Anscombe y Ducrot no reclama nada exterior al discurso. Para ellos, la argumentación está inscrita en las frases mismas. El potencial argumentativo del discurso no reside en cierta adecuación del lenguaje al referente extralingüístico, sino que lo hace en la relación que posibilita que un conjunto de enunciados se ligen de cierta forma a otro, éste último opera como argumento o premisa y los anteriores actúan en calidad de conclusiones. En vez de analizar el significado de las palabras en relación a la lógica del cuadrado aristotélico que establece las relaciones de contrariedad, subcontradicción, contradicción e implicación, se habrán de tener en cuenta los juicios de valor que soportan las palabras. Así en los pares cobarde, valiente se activa un *topos* que valoriza afrontar el peligro, mientras que en temerario y prudente se activa el *topos* inverso, no se valoriza afrontar el peligro. Dentro de cada par los términos se oponen por aplicar las formas tópicas recíprocas, un asunto al que volveremos.

El recorrido argumentativo que posibilita la significación de ciertas palabras “plenas” o conectores depende del conjunto de instrucciones que constriñen dicho recorrido<sup>45</sup>. Estas instrucciones no tienen un sentido unidireccional, sino bidireccional, dado que en los encadenamientos argumentativos no sólo el argumento determina la conclusión, sino que también la conclusión –o más bien la orientación hacia la conclusión- determina el argumento. De esta manera, además, la fuerza de la conclusión que está determinada por el argumento, sirve a su vez como argumento para una nueva argumentación, a la manera en que los interpretantes peircianos establecen la cadena de semiosis.

Los discursos mediáticos se articulan habitualmente sobre estas palabras plenas<sup>46</sup>, por ejemplo, la significación de la palabra inmigrante se relaciona, además de con la idea del que sale de su lugar de origen, con la del que causa problemas sociales, a menudo cae en la

<sup>45</sup> Esta teoría se mantiene bajo la hipótesis de que el sentido de las palabras es de naturaleza tópica, de que el valor de los enunciados, su contenido léxico, depende del campo tópico en el que se inserte, ya que, como señala Bajtin, toda palabra está ya nombrada, ha sido siempre entonada con anterioridad (1989:93-102). “En la teoría de los *topoi*, el sentido de la unidad léxica es un haz de *topoi*, a saber el conjunto de los *topoi* cuya aplicación esta unidad autoriza” (Anscombe y Ducrot, 1994: 240).

<sup>46</sup> Sánchez Leyva (2003) categoriza estas palabras ‘plenas’ como nociones deícticas que son enunciados, en cierto modo estabilizados que poseen un valor para una comunidad, permitiéndole marcar un territorio simbólico en relación con otros posicionamientos discursivos. Según la propuesta de Sánchez Leyva, su naturaleza indicial permite caracterizarlas como: estrategias para restaurar el recuerdo, evocaciones asociativas y orientaciones argumentativas, basadas en “una concepción de las categorías léxicas engarzadas en prácticas socio-discursivas cuya configuración mediante un aire de familia –que no es un a priori o un presupuesto lógico- permite determinar las relaciones asociativas dominantes para un término y que configuran, por el uso que las convierte en hábito, la definición o sentido dominante” Entre las nociones deícticas la autora ha analizado algunas como: democracia, libertad o mujer.

delincuencia, tiene dificultades para integrarse, etc. (De la Fuente García, 2006).<sup>47</sup> Según Ducrot, son los *topoi* los que dan cuenta de este sentido semántico y de su gradualidad, es decir, a más inmigración más delincuencia y así sucesivamente. En la formación discursiva analizada la propia noción de solidaridad funciona como una palabra plena en este sentido, al igual que desarrollo, pobreza, etc.

Ya hemos dicho que es el *topos*, como principio argumentativo común, general y gradual, el que permite el recorrido argumentativo vinculando el argumento y la conclusión, funcionando como garante que asegura dicho trayecto argumentativo. La gradualidad y la orientación de los *topoi* convocados marcan el sentido de un fragmento de discurso. ¿Qué entienden Ducrot y Anscombe por *topos*?

Su noción de *topos* es un concepto elaborado a partir de la noción aristotélica. La *tópica* en Aristóteles está relacionada con la *inventio*, es decir, es un lugar de donde se extraen los argumentos que después serán desplegados en el discurso. Gracias a la convocación de estos tópicos es posible cumplir con los objetivos retóricos: conmover y convencer. Escribe Barthes que “la *inventio* remite menos a una invención (de los argumentos) que a un descubrimiento; todo existe ya, lo único necesario es encontrarlo: es una noción más “extractiva” que “creativa”. Esto se ve corroborado por la designación de un “lugar” (la *tópica*) de donde se pueden extraer los argumentos y a donde hay que irlos a buscar (Barthes 1997, :123).

Si la argumentación es una teoría geográfica y los *topoi* son lugares, espacios, éstos deben explicarse como lugares comunes. Los lugares comunes son territorios donde se ubican los argumentos que constituyen, según Barthes, tanto un casillero vacío como una reserva de sentidos, retomando la relación entre el vacío y el exceso. Es decir, por un lado, son “un cuerpo de formas privadas de sentido en sí mismas, pero que concurren al sentido mediante selección, combinación y actualización” (Barthes, 1997:135). Barthes identifica la *tópica* con “una red de formas”. Esto convierte a la *tópica* en “la comadrona de lo latente, esto es, es una forma que articula los contenidos y produce así fragmentos de sentido, unidades inteligibles” (Barthes, 1997:137). Y por otro lado, la *tópica* también es una reserva plena, una red de formas pero en esta ocasión cargadas. Por eso la *tópica* también se convierte en “una reserva de estereotipos, de temas consagrados, de “fragmentos” llenos que se colocan casi obligatoriamente en el tratamiento de todo tema” (Barthes, 1997: 137).

---

<sup>47</sup> En la tesis doctoral de Mario de la Fuente García (2006), *La argumentación en el discurso periodístico sobre la inmigración* se encuentra una revisión de las teorías de la argumentación, con especial atención a la perspectiva que nos ocupa; así como un análisis de los discursos en prensa sobre los sucesos acaecidos en El Ejido en torno a la población inmigrante que desarrolla este enfoque analítico.



Ducrot y Anscombe retoman la noción de tónica pero tan sólo aplicada propiamente a discursos argumentativos, es decir, al encadenamiento de discursos en los que A funciona como argumento y C como conclusión. En estos encadenamientos, el *topos* es el garante que permite el paso de un segmento a otro.

Los *topoi* son creencias concebidas como comunes por cierta colectividad y atribuidas como comunes a cierta colectividad, de la que al menos forman parte el enunciador y el destinatario. El discurso presupone que los interlocutores comparten la creencia en el *topos* incluso antes del discurso en el que éste se emplea. Sánchez Leyva, siguiendo a Ducrot, plantea que este carácter de común -de acuerdo- es un efecto de sentido que puede ser construido en el propio discurso debido a su condición de reflexividad. Se trata de una aportación que no sólo es soporte en el discurso sino que le precede, funcionando como una presuposición performativa. “El *topos* no aparece pues como un principio convocado por los enunciadores sino que parece que precede a la enunciación o relación comunicativa” (Sanchez Leyva, 2003:168).

El *topos* se presenta como general como si valiera para multitud de situaciones diferentes y superara a la situación particular en la que el discurso lo utiliza. Incidiremos, al hablar del cronotopo bajtiniano, sobre esta flexibilidad que el *topos* tiene para desarrollar el plano de lo particular convocando la generalidad. En esta característica reside la potencia del *topos* como instrumento de poder, de tipo ideológico. Este hacer de los *topoi* es básico, por ejemplo, en las representaciones compasivas en las que la singularidad del sufrimiento alude, sin embargo, habitualmente, a una dimensión supuestamente humana y general del mismo. Para que pueda funcionar en este doble nivel, el *topos* debe dotarse de forma, según Sánchez Leyva, de forma narrativa. “Para nosotros, la consideración de la palabra como haz de *topoi* remite a una categoría –que equivaldría a la configuración tónica ducrotiana- configurada de forma narrativa que le permite convocar o elaborar un marco de sentido” (Sanchez-Leyva, 2003:168-169). Esta condición confirma la repercusión del establecimiento de marcos que se aplican a una situación permitiendo suponer que otras sean análogas. Es el caso de las ONG que sirven como modelo –marco explicativo- para la acción social, y también el del mecanismo que se hace imprescindible para convocar las geografías imaginarias y los sujetos que habitan el espacio de lo solidario.

Lakoff ha señalado, desde la lingüística cognitiva, la importancia de los marcos. Según este autor, “los marcos son estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que

hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones. (...) El cambio de marco es el cambio social. (...) Es cambiar el modo que tiene la gente de ver el mundo. Es cambiar lo que se entiende por sentido común” (Lakoff, 2007:17) Esta tesis acepta esta propuesta y considera que el rastreo de las tópicas discursivas en torno a la solidaridad tiene como finalidad el descubrimiento de vías desde las que explorar la aparición de nuevos marcos para pensar, hablar y practicar la justicia social y la compasión.

Por último, el *topos* es gradual ya que pone en relación dos escalas o predicados graduales, por ejemplo, un enunciado como “más es mejor”, reúne y vincula las escalas de cantidad y calidad. No sólo los predicados tópicos son escalares, también lo es la relación que los une en el interior del *topos*. La escala que establece un *topos* se puede recorrer hacia arriba o hacia abajo y el *topos* hace que “a cada recorrido de la escala antecedente, le corresponda un sentido de recorrido de la escala consecuente” (Anscombe y Ducrot, 1994: 219). La gradualidad retoma la idea de que “bajo las palabras” se encuentran, no objetos, sino guiones, o más bien esquemas de guiones” (Anscombe y Ducrot, 1994: 236). De esta forma, es posible señalar una dirección y una dinámica argumentativa precisa, porque el “*topos* o esquema tópico es el dato de dos predicados graduales (...) así como del conjunto de las correspondencias monótonas entre esas dos graduaciones (Anscombe y Ducrot, 1994: 238), lo que Barthes identifica como “casillero” y “reserva”.

Esta dimensión de la gradualidad está presente en otra perspectiva teórica que, en nuestra opinión, podría complementar el planteamiento sobre los *topoi*. Nos referimos a la propuesta sobre las metáforas de la vida cotidiana que desarrollan Lakoff y Johnson (1998:54-58), que permite dar una posible explicación sobre el modo en que se conforman los *topoi*. La articulación del concepto de metáfora de base experiencial que realizan estos autores puede conectarse con el funcionamiento sistemático y gradual de los *topoi*. En *Metáforas de la vida cotidiana* (1998) se mantiene que muchos de nuestros conceptos están organizados en metáforas espacializadoras, recogiendo la naturaleza topológica del pensamiento (por ejemplo, sentirse *bajo/alto* de moral; *introducir* un planteamiento). Además, cada una de estas metáforas posee una sistematicidad interna que se complementa con una sistematicidad global que define la coherencia entre ellas, como sucede con los *haz* de *topoi* que se integran en formas tópicas más generales. “Las metáforas espacializadoras tienen sus raíces en la experiencia física y cultural; no son asignadas de manera arbitraria”, al igual que hemos sostenido que los *topoi* preceden el acontecer discursivo particular en que se insertan.

Dado que existen muchas posibles bases físicas y sociales para las metáforas, proponen Lakoff y Johnson, “la coherencia dentro del sistema global parece ser parte de la razón por la que se elige una en vez de otra” (Lakoff y Johnson, 1998:55). De la misma forma, el encadenamiento argumentativo que posibilita los *topoi* es el que delimita el recorrido, supuestamente coherente, desde un argumento a una conclusión prevista.

Nuestras experiencias proporcionan diversos fundamentos posibles, tanto para las metáforas espacializadoras como para los *topoi*, la elección de unos u otros depende del contexto socio-cultural, histórico y político de una coyuntura dada. Y en este marco, “los valores más fundamentales de una cultura serán coherentes con la estructura metafórica de los conceptos fundamentales en la misma” (Lakoff y Johnson, 1998:59). En los discursos se manifiestan, además de “los valores de una cultura”, los posicionamientos y agenciamientos enunciativos por los que cada discurso se ubica entre las posiciones y los discursos sociales.

La enunciación es la instancia que actualiza el topos, ya que “el punto de vista de los enunciadorees no es más que la convocatoria de un topos mediante la aplicación de una forma tónica” (Anscombe y Ducrot, 1994: 239). Es decir, si el encadenamiento argumentativo pide la elección de un topos, éste funciona discursivamente inserto en una forma tónica que lo convoca y le concede cierta fuerza<sup>48</sup>. La selección de términos y enunciados convoca unos *topoi* frente a otros, dando cuerpo a lo que Bajtin llama horizontes (sociales) de sentido.

Son los enunciadorees, en cuanto puntos de vista y posicionamientos, quienes en el acto de argumentar convocan en el discurso diversos *topoi* para acceder a la conclusión, aplicando una fuerza gradual y dinámica contenida en esos lugares comunes. La conclusión estará vinculada, entonces, a este punto de vista que argumenta y a los saberes y asunciones sociales que implica. La argumentación se encuentra entonces en la enunciación, puesto que son los posicionamientos y lugares enunciativos (así como los agenciamientos) las claves de los acuerdos (por tanto de las formaciones discursivas) que delimitan y articulan un espacio de experiencia.

Volveremos sobre estas cuestiones al profundizar sobre el concepto de tónica como instrumento metodológico.

<sup>48</sup> “La aplicación de una forma tónica a una situación constituye lo que llamamos ‘la aprehensión argumentativa’ de la situación, aprehensión que, para nosotros, es la función discursiva fundamental: discurrir acerca de un estado de cosas, es, ante todo, aplicarle formas tónicas, hacer que entre en esas formas tónicas” (Anscombe y Ducrot, 1994: 221).

## 2.3 Desarrollos tópicos

### 2.3.1 Las tópicas

Las tópicas, herramienta central que articula gran parte de esta tesis, elaboran lugares paradigmáticos para la configuración de una sensibilidad común. En concreto, las tópicas que serán analizadas en esta tesis, a partir de la propuesta de Boltanski sobre el espectáculo del dolor 2000)<sup>49</sup>, son aquellas que nos hablan de nuestra manera de acercarnos a la contemplación del sufrimiento de otras personas ubicadas a distancia de nosotros. Son tópicas que vehiculan y articulan un tipo de experiencia determinada y fundamental para el orden social. Estas tópicas están involucradas en la configuración de nuestros vínculos y compromisos con los otros y las otras, en la construcción de un nosotros, en el establecimiento de distancias entre nosotros y ellos, en la delimitación de los espacios de lo público y, en términos generales, en la definición de propuestas éticas.

Empleamos un concepto procesual y dual de las tópicas, atendiendo, entre otros aspectos, a sus componentes figurativos; puesto que a través de ellos se movilizan modelos de identificación, tanto primaria como secundaria<sup>50</sup>, y agenciamientos enunciativos. Las tópicas son estructuras y recorridos narrativos desde los que se propone y modeliza de manera específica la experiencia cultural solidaria.

El concepto de tópica reúne, como veremos, las distintas dimensiones discursivas que nos interesan de cara al análisis. Cuando nos referimos a las tópicas, así como a los cronotopos, estamos teniendo en cuenta la dimensión enunciativa, la argumentativa, la figurativa, la emocional y la performativa. Esto convierte a este instrumento conceptual en una herramienta imprescindible para unir el análisis del discurso con una perspectiva más amplia que inserte las preocupaciones que queremos incorporar al análisis sobre la dimensión ético-política del orden social.

Las tópicas nos ayudan a incluir en los análisis cuestiones como la construcción de la comunidad y las lógicas del consenso, así como asuntos sobre la semiosis social y la circulación del sentido. En gran medida, esta decisión teórica está motivada por la obra de Boltanski, quien emplea la idea de tópica para hablar sobre las representaciones del sufrimiento a

<sup>49</sup> Citas tomadas de la edición italiana, original en francés.

<sup>50</sup> La identificación primera se da en relación a la definición de una voz enunciativa articuladora propia del nivel más general de la formación discursiva, mientras que las identificaciones secundarias responden al vínculo establecido con los modelos representacionales a través de los que se configuran los cronotopos específicos en cada tópica.

distancia. El análisis que presentamos en esta tesis está organizado, en parte, en torno a las hipótesis de este autor.

Las tópicos están indisolublemente ligadas al lugar de la imaginación en la configuración del orden social. Según Boltanski, las tópicos sirven para describir estos actos destinados a nutrir la imaginación y las convenciones que enmarcan la compenetración emocional entre aquél que transmite y aquél que recibe el sufrimiento a distancia (Boltanski, 2000:87). Es decir, conceptualiza éstas como un mecanismo a través del cual se nutre la imaginación, sin embargo desde nuestro punto de vista, tal y como detallamos en el marco teórico, el funcionamiento de las tópicos no responde tanto a la metáfora de la nutrición, sino que deberíamos comprenderlas más como mecanismos complejos que a la vez que configuran y crean, también movilizan lo existente. En este sentido, consideramos que las tópicos están dotadas de una función productiva, pero también reproductiva e incluso destructiva.

La imaginación, en el sentido de Boltanski, se nutre de memorias sedimentadas, de imaginarios compartidos, aunque también de la experiencia individual en su radicalidad. Pero esta función nutriente asociada a la imaginación como recolectora no agota la potencialidad de las tópicos. Por ello, trataremos de dar cuenta en el análisis de las tópicos y los cronotopos no sólo lo que éstas recogen y traducen de la estructura de sentimientos ilustrada asociada a la compasión, sino los nuevos repertorios emocionales y figuraciones que esta traducción trae consigo.

Esta idea sobre las tópicos quiere matizar la noción de Boltanski, basándose en un concepto multidimensional de la imaginación, como el propuesto por Appadurai. Esta multidimensionalidad se refiere, por un lado, a la interconexión entre lo subjetivo y lo colectivo, y por otro lado, a los mecanismos pro-activos y re-activos que ésta promueve. Con respecto al primer eje, según Appadurai la imaginación es un "rasgo constitutivo de la subjetividad moderna", que determina planos de vida individuales y formas de agregación colectivas. Más aún, es un concepto metodológico que nos permite acceder a un campo de prácticas sociales, así como a las formas de negociación entre sitios de acción (individuos) y campos globalmente definidos de posibilidad" (Appadurai, 1998:50). Es decir, la imaginación colectiva es la materia prima sobre la que operan los individuos para proyectar sus vidas.

Con respecto al segundo eje mencionado, Appadurai explica la doble función productiva y reproductiva de la imaginación al plantear que: "Este análisis del papel de la imaginación como un hecho popular, social y colectivo en la era de la globalización reconoce su carácter dual. Por un lado, es en y a través de la imaginación que los ciudadanos modernos se disciplinan y son controlados por los Estados, los mercados y otros poderosos intereses. Pero también es la

facultad a través de la cual surgen los modelos colectivos de disensión y de nuevas ideas para la vida colectiva (Appadurai, 1999).

Ya explicamos la importancia de la inscripción figurativa para acceder al análisis de los imaginarios. Adam Smith al hablar de las representaciones que sustentan la construcción de la empatía, consideraba que los imaginarios sobre los que opera el compromiso emocional provienen en su mayoría de la ficción literaria, además de la experiencia directa. Actualmente, los textos culturales se han diversificado y entre ellos ocupan un lugar privilegiado los textos mediáticos. Lins Ribeiro (2000) plantea que mientras las formas culturales importantes en los imperios coloniales fueron estudiadas fundamentalmente a través de la novela, como hizo Edward Said, hoy en día la crítica post-colonial debe afrontar, como hace esta tesis, el estudio de los “mediapanoramas” (Appadurai: 1990)<sup>51</sup>, sobre todo, a través de los textos televisivos y cinematográficos. “Las estructuras de sentimiento (como decía Raymond Williams) de la contemporaneidad son creadas mucho más por los medios que preparan o refuerzan la práctica del imperio que por cualquier otro medio” (Lins Ribeiro: 2000 13).

El estudio de Luc Boltanski sobre las tópicas del sufrimiento a distancia analiza textos producidos en la segunda mitad del siglo XVIII y primera mitad del XIX cuando se conforman géneros literarios como el panfleto político, la novela romántica o la crítica del arte, alguno de los cuales se mencionarán al describir el origen de la estructura de sentimiento compasiva en la Ilustración. Dichos textos son los espacios de inscripción y cristalización de las tópicas del sentimiento, la denuncia y la estética.

Hoy en día, la propaganda política, las novelas ya no son fuentes privilegiadas a la hora de referirnos a las representaciones colectivas que definen el espacio de la comunicación humanitaria y la formación discursiva de la solidaridad, en su lugar se encuentran los medios de comunicación (electrónicos). Entre ellos, esta tesis seleccionó como paradigmático la

---

<sup>51</sup> El término media-panorama corresponde a la traducción de 'Mediascapes' acuñada en la obra de Appadurai. Según la definición del autor los paisajes mediáticos se refieren a las capacidades electrónicas para producir y diseminar información e imágenes a escala global a través de los medios. “Los paisajes mediáticos, ya sean producidos por intereses privados o estatales, tienden a centrarse en imágenes, a estar contruidos sobre la base de narraciones de franjas de realidad, y ofrecen a aquellos que los viven y los transforman una serie de elementos (personajes, tramas, formas textuales) a partir de los que se pueden componer guiones de vidas imaginadas, tanto las suyas propias como las de otras personas que viven en otros lugares. Estos guiones pueden ser analizados y descompuestos en un complejo de sistema de “metáforas alrededor de las cuales las personas organizan sus vidas” (Lakoff y Johnson 1980) en la medida en que aquéllas ayudan a la gente a construir narraciones acerca del Otro así como protonarraciones de vidas posibles, fantasías que pueden llegar a convertirse en el prolegómeno de su deseo por adquirirlas, o de mudarse y cambiar de vida” (Appadurai, 1990, traducción al español 2001: 41-61).

publicidad social, sin perder de vista que ésta se relaciona y configura en la conexión con textos de naturaleza amplia y dispersa como los jurídicos, informativos, políticos o ficcionales. Sostendremos que la retórica es una dimensión constitutiva del discurso y no una mera sucesión de artificios añadidos al mismo. Por lo tanto, en todo tipo de textos –aunque en formas e intensidades diferenciadas– la argumentación involucra, no sólo pruebas y razonamientos impersonales, abstractos y distanciados, de orden cognitivo, sino que –como bien demuestra la publicidad–, también participan pruebas subjetivas y morales, en las que interviene no sólo el tono, el ethos del discurso, sino las pasiones y los elementos figurativos y narrativos. Las tópicas son los instrumentos que nos ayudan a articular todos estos componentes.

De esta articulación se ocupó Roland Barthes en *Fragmentos del discurso amoroso* (1993) al abordar la estructura del sentimiento amoroso. Un ejercicio complejo al que tratamos de aproximarnos en esta tesis. En esta tarea, se trata de reconstruir una parte de nuestra “enciclopedia de la cultura afectiva”. Según sus propias palabras, Barthes renuncia al análisis, a la explicación –al menos en el nivel expositivo– a favor de una presentación de esa “trivialidad” emocional, que consiste en la puesta en escena de una enunciación a través de las figuras que componen el discurso afectivo.

Las pasiones actúan para el análisis como figuras, “fragmentos de lenguaje performados”, es decir, como un montaje de opiniones que pueden ser convocadas y que están siempre inscritas en una pluralidad de textos culturales. Las figuras barthesianas, que equivaldrán aquí a nuestro concepto de tópica, nada tienen que ver con cuadros estáticos que reconoceríamos en nuestra indagación discursiva, todo lo contrario, en su ejercicio dramático está inscrito el movimiento<sup>52</sup>. Las figuras o las tópicas no son de una pieza, homogéneas y constantes, la dispersión del texto hace que sean ricas en un lado y pobres en otro, su dinamismo y ambivalencia hace que puedan incidir en la dimensión creativa, reproductiva e incluso destructiva de la imaginación. Barthes contempla además la posibilidad de tiempos muertos.

En la lógica de la intertextualidad, explica Barthes, “las figuras se recortan según pueda reconocerse, en el discurso que fluye, algo que ha sido leído, escuchado, experimentado. La figura está circunscrita (como un signo) y es memorable (como una imagen o un cuento). Una figura se funda si al menos alguien puede decir: “¡Qué cierto es! Reconozco esta escena de

<sup>52</sup> “La palabra no debe entenderse en sentido retórico, sino más bien en sentido gimnástico o coreográfico; en suma, en el sentido griego (...) no es el ‘esquema’; es, de una manera mucho más viva, el gesto del cuerpo sorprendido en acción, y no contemplado en reposo: el cuerpo de los atletas, de los oradores, de las estatuas: lo que es imposible inmovilizar del cuerpo tenso.” (Barthes, 1993:13)

lenguaje”. Para ciertas operaciones de su arte, los lingüistas se valen de un algo vago: el sentimiento lingüístico; para componer las figuras no se necesita ni más ni menos que esta guía: el sentimiento amoroso” (Barthes, 1993:13)

Esta vaguedad también será reconocida por Boltanski (2000,82), aunque éste maneje un concepto desde nuestro punto de vista excesivamente sustantivo de las tópicas. Considera que las tópicas, en cuanto formas de expresión, deben quedar separadas –al menos en cierto grado- de los contextos empíricos precisos, para ofrecer descripciones dúctiles que puedan soportar nuevas aplicaciones, en una gama amplia de situaciones concretas, un mecanismo al que responden tanto las tópicas como los cronotopos. Ni unas ni otros pueden ser extremadamente singulares o extravagantes, no deben requerir un trabajo laborioso para conectarse con el mundo de la experiencia compartida, sino que para desarrollar al máximo su potencialidad deben resultar inmediatamente reconocibles para que, pese a su singularidad, sea viable tanto su interpretación como su replicación. Considera Boltanski que la replicación a un número de otras situaciones diferentes, previstas y no previstas, supone que “los seres y los acontecimientos” que nutren la imaginación “se separan del espectador” ganando con ello un “territorio distante” donde podrán ser replegados para extraer el sentido y deducir las consecuencias de las circunstancias actuales (Boltanski, 2000:83).

Es el espacio que abre la epresentación pero que sigue bajo el control enunciativo, el que nos permite explicar los desplazamientos que se producen entre la estabilización mediática de estas tópicas en los géneros de la cultura de masas, y su ductilidad en los discursos sociales inscritos en las dinámicas de consenso.

Gracias a su dinamismo interdiscursivo, las figuras barthesianas, así como los cronotopos bajtinianos, de los que nos ocuparemos a continuación, componen una coreografía reconocible y estable, pero quien las produce y enuncia actuando como un “buen sujeto cultural” no sabe que “no debe ni repetirse, ni contradecirse, ni tomar el todo por la parte”, sólo sabe que lo que pasa y experimenta está marcado, como señal de un código que cada uno podrá llenar como le convenga, pero es necesario que la figura esté allí, “que el lugar (la casilla) le esté reservado. Es como si hubiese una Tópica amorosa, de la que la figura fuera un lugar (topos). Ahora bien, lo propio de una Tópica es ser un poco vacía: una Tópica es, por estatuto, a medias codificada y a medias proyectiva (o proyectiva por codificada)” (Barthes, 1993: 14).

Al describir las tópicas que organizan el discurso de la solidaridad nos ocuparemos de: qué instrucciones u orientaciones a la acción promueven, cuál es el objeto al que están dirigidos y,



por tanto, también qué tipo de sujeto (y subjetividad) sostiene dicha pasión y en qué circunstancias –cronotópicas - queda inscrita.

Las tópicas, según Boltanski, se desarrollan en formas autónomas, con carácter convencional y dotadas de una función de coordinación, es decir, para él funcionan a la manera de vínculo a través del que se produce una convergencia imaginativa entre una instancia enunciativa que regula una propuesta y los destinatarios que la reciben. No obstante, las propuestas enunciativas y argumentativas de una tópica no operan al nivel de lo explicitado y normativo, es decir, no conforman un conjunto estable de convenciones institucionalizadas, como sí lo son las reglas que definen un cierto tipo de discurso o género. Eso significa que las tópicas no determinan una verdadera y propia conformación, sino que emergen de la regularidad de la coordinación que se establece entre los horizontes de expectativas del autor y del lector, según Boltanski. Repetimos que no nos encontramos ante codificaciones estrictas cuando hablamos de tópicas, como si fuesen diccionarios, por ejemplo, sino que se componen de figuras “nebulosas”, dotadas aún así de sentido, que tienen en los cronotopos sus instancias de concreción e inscripción figurativa.

Lo importante de la tópica, “su principio activo no es lo que dice, sino lo que articula (Barthes, 1993:15), nunca están plenas, ni acabadas. Son “distribucionales”, es decir, al estar todas al mismo nivel, nunca terminan de estar integradas, funcionan al modo de paquetes que se relacionan en una suerte de “discurso horizontal”, no jerarquizado. No llega a existir una gran novela organizada, aunque, según Barthes los episodios si pueden adoptar una forma narrativa que permita hablar de causalidad, consienta incluso moralizar, función que cumplen para nosotros los cronotopos.

Este carácter “operacional” impide dotarlas de orden predefinido, de una lógica determinista. Las figuras son evocadas en el discurso en función de las necesidades argumentativas. No obstante, la argumentación para la que son convocadas quedará modificada y enmarcada por la propia orientación que estas figuras infunden en la tópica a través de su carácter (cuasi) codificado y proyectivo.

Las figuras se suceden, sin una continuidad prefijada. “Cada figura estalla, vibra sola como un sonido separado de toda melodía o se repite, hasta la saciedad, como el motivo de una música dominante” (Barthes, 1993:15). En las tópicas de la solidaridad, las figuras convocadas a veces son machaconas –como la autenticidad de la tópica sentimentalista-, otras fugaces y apenas entrevistas como la acción de corresponsabilidad, que emergen en la tópica de la denuncia. Además, como todas las dimensiones de los discursos que se complementan, se hablan,

discuten y se niegan, las figuras barthesianas, “se agitan, se esquivan, se apaciguan, vuelven, se alejan”.

Si para Barthes, el amor no se compone de figuras que puedan alinearse: ordenarse, progresar y concurrir a un fin; en relación a nuestro objeto de estudio sí podemos afirmar que las tópicas tienen un carácter mucho más organizado y finalista. Estas tópicas solidarias presuponen un complejo entramado narrativo que ha llegado a considerarse como una de las grandes narrativas definitorias de la modernidad: el desarrollo<sup>53</sup>. Aunque ese gran relato lastra, de algún modo, el funcionamiento proyectivo de las figuras, también daremos cuenta del dinamismo del que éstas están dotadas, es decir, de los encadenamientos reflexivos previstos e imprevistos a los que da lugar el movimiento que posibilita el topos como lugar desde y al que convocar, un contenido figurativo dotado de cierta densidad y orientación argumental, a través de los cronotopos.

En resumen, podemos referirnos a la formación discursiva de la solidaridad y sus tópicas, entendiendo que sin conformar una totalidad coherente, sí construyen la experiencia cultural solidaria como un relato, siempre dotado de ambivalencia y de una consistencia paradójica. Lo lógico narcisista de la subjetividad contemporánea es la garante de otorgar coherencia a todo aquello que no lo tiene; esta consistencia que la formación discursiva atribuye a acontecimientos y situaciones dispares se sostiene sobre la creencia en un núcleo fijo de subjetividad. La solidaridad mercantilizada paradigmática de la formación discursiva objeto de análisis es uno de los casos en los que la supuesta ambivalencia se diluye y queda traducida en términos que la hacen consistente y coherente en relación al marco argumentativo y de interpretación en el que se inserta, con lo que –gracias al funcionamiento tópico- no llegan a explicitarse plenamente las contradicciones de base sobre las que ésta está configurada. Esta

---

<sup>53</sup> Spivak afirma que la gran narrativa del desarrollo no está muerta (Spivak, 1999: 371), su argumentación recoge en parte el trabajo de Lyotard sobre las grandes narrativas de la modernidad, y defiende en esa línea que las grandes narrativas perviven, porque han transformado su pretensión teleológica en procesos de legitimación auto referenciales. Para Spivak una de las maneras en las que la narrativa del desarrollo perdura es, además del trabajo legitimador de los organismos internacionales, el ámbito discursivo que protagonizan los bien intencionados que trabajan en el proyecto civilizatorio, es decir, el ámbito de la solidaridad en las ONGD. Acerca de lo que comenta: "the point here is not personal accusations. (...)Many of the functionaries of the civilizing mission were well-meaning; but alas, you can do good with contempt or paternal-maternal-sororal benevolence of your heart. And today you can knife the poor nation in the bank and offer band-aids for a photo opportunity. Scapegoating colonialism in the direst possible way shields the new imperialism of exploitation as development." (Spivak:371) La autora está convencida de que la ideología general que rige la narrativa del desarrollo global sigue siendo la del racismo paternalista, que incluye de forma creciente además el sororismo. Esta narrativa sirve para sostener la inversión de capital intensivo, aumentar su influencia política al mismo tiempo que silencia otros relatos contra-hegemónicos de resistencia, que en todo caso quedan reappropriados en la lógica de la narrativa general (Spivak,1999: 372-373).

disolución de lo ambivalente favorece la construcción una narrativa coherente y una estructura de sentimiento que colectivamente aleja la inseguridad y el cuestionamiento implícito en las situaciones sociales en las que la ambivalencia emerge.

Es esta ambivalencia y articulación incoherente en un cierto punto la que caracteriza el tipo de representaciones mediáticas en nuestro tiempo. Son múltiples los valores, en apariencia o por definición incoherentes, cuando no directamente contradictorios que acaban dotados de sentido en el discurso, gracias a los movimientos argumentativos, los presupuestos y los hábitos estabilizados en las tópicas.

En el marco de una formación discursiva, las tópicas que son movilizadas reconstruyen un tipo de experiencia emocional, estética y ética a la que podemos atribuir cierto grado de coherencia, aunque ésta sea, como decimos, en apariencia ambivalente y contradictoria.

### 2.3.2 La concreción plástica del sentido

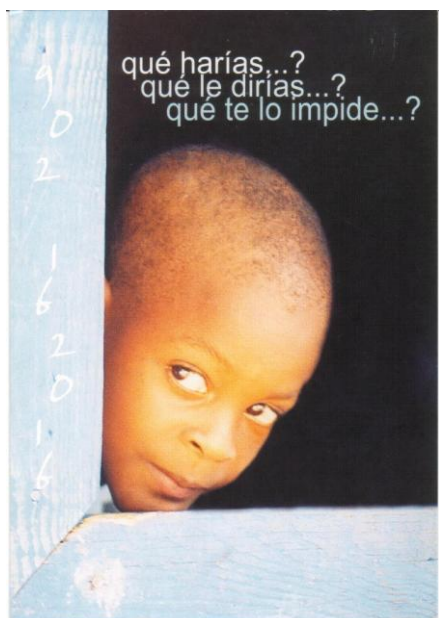


Figura 2 Familias Unidas (2005)

Antes de entrar en el análisis conceptual de cronotopo bajtiniano explicaremos mediante un ejemplo el mecanismo de interpretación cronotópica.

Al recorrer con la mirada un expositor de postales gratuitas, nos encontramos entre las imágenes de chicos jóvenes felices, coches de último modelo e invitaciones a conciertos y exposiciones de moda, una imagen (Figura 2) que también reclama nuestra atención. Una ventana de la que sólo podemos ver una parte del marco azul de madera, un tanto avejentado, que contrasta con el resto del fondo totalmente negro. Apoyado sobre ese marco aparece el rostro de un niño negro que nos mira de reojo como si estuviéramos espiando en algún lugar cerca de la pared. Se perciben

unos números blancos inscritos verticalmente sobre el marco, no muy llamativos y un texto en forma de varias preguntas en la parte superior de la imagen.

Pocos lectores necesitarían más datos y mayor atención para saber que se encuentran delante de un anuncio de una ONGD. Si a alguno le queda duda siempre puede acercarse y leer las preguntas:

*“qué harías..?”*

*qué le dirías...?*

*Qué te lo impide...?*<sup>54</sup>

¿Porqué somos capaces de saber qué ese texto pertenece a una ONG? ¿O, al menos, que nos habla de cuestiones como Tercer Mundo y Solidaridad? ¿Qué condensa este texto? ¿Qué presupuestos reclama? ¿Qué versión del mundo?

El texto precisa de un contexto de enunciación, debemos inscribirlo y posicionarlo en nuestro universo discursivo, aplicarle un interpretante para que adquiera sentido. Y entre los múltiples sentidos que una imagen tan abierta –en principio– como esta podría adquirir nos ocuparemos de aquél que la convierte en la plasmación de la Solidaridad, tal y como ésta se dibuja en el universo de las ONGD.

No es, por tanto, una sorpresa que al girar la postal (11-1 bis) nos encontremos con el enunciador Fundación Familias Unidas, que nos dice: *“Yo colaboro...y tú? Llama, escribe, envía esta postal...tú decides!”* De nuevo el número de teléfono y la propuesta *Apadrina un niño*.

Este es el tipo de textos que componen nuestra muestra, simples, evidentes, incluso parecen triviales, pero si los miramos con un poco más de detenimiento se muestran bastante más complejos.

La inscripción de las estrategias discursivas en el marco de la formación discursiva posibilita la delimitación de un macro-cronotopo en el que están implicados un conjunto de presupuestos, narraciones tópicas y un sistema de valores y afectos que serán objeto de nuestro análisis. Dicho macro-cronotopo está compuesto por dos partes que son interdependientes. Este macro-cronotopo nos permite acercarnos a los aspectos generales y comunes de las tópicas discursivas descritas por las ONGD, para posteriormente aproximarnos a estrategias discursivas particulares que acentúan aspectos específicos, profundizan en ciertas facetas o se distancian de maneras diferentes de lo que constituye la norma. Este análisis de estrategias particulares también nos dará la oportunidad de analizar más detenidamente los valores y los sentimientos que están implicados en el universo descrito por la formación. Pero antes de llegar al análisis debemos detenernos en el concepto de cronotopo.

### **a) El cronotopo como instrumento conceptual**

Bajtin desarrolla este concepto –inspirado en la teoría de la relatividad– y realiza sus análisis en la obra *Teoría y estética de la creación verbal* en el capítulo “Las formas del tiempo y del

---

<sup>54</sup> La postal se completa en el revés con el texto: “yo colaboro y tú? Llama, escribe, envía esta postal...tú decides!”

cronotopo en la novela". En este libro, Bajtin define el cronotopo como una configuración discursiva que consiste en una "conexión esencial de relaciones temporales y espaciales asimiladas artísticamente", a través de las cuales el tiempo se condensa, se convierte en visible y el espacio se intensifica penetrando en el movimiento del tiempo, del argumento de la historia. Es decir, "los elementos del tiempo se revelan en el espacio y el espacio es entendido y medido a través del tiempo" (Bajtin, 1989:238).

No obstante, el cronotopo no está compuesto únicamente por dimensiones espaciales y temporales, en ellas habitan y se relacionan sujetos adecuados a la configuración prevista por el cronotopo.

Los elementos cronotopico determinan no sólo el tipo de actores y sus características, sino también la historia en la que éstos están insertos, es decir, las tramas. Su propuesta es realizar un análisis de los tiempos, los espacios y los sujetos instituidos por el discurso y a través de su articulación, es decir, observando sus interconexiones, acceder a la estructura básica de la narración que se despliega en el texto. Pero las tramas de un cronotopo no son rígidas y unívocas, sino productivas y flexibles, como sucedía con las tópicas. El cronotopo es una especie de marco, de escenario o trasfondo en el que una serie de personajes-tipo deben afrontar secuencias de acontecimientos ejemplares, pero dichos acontecimientos se desarrollan con un margen de creatividad que permite la adaptación del cronotopo a cada obra particular.

El cronotopo es importante para la dimensión temática de un texto, dado que es el centro organizador del argumento. Alcanza además una gran importancia figurativa pues dota al tiempo de carácter concreto-sensitivo, ofreciendo con ello el campo principal para la representación en imágenes de los acontecimientos", que de esta forma adquieren cuerpo, se llenan de vida (Bajtin, 1989:400-401).

Los ingredientes básicos del cronotopo son, por tanto: espacio, tiempo, sujeto e historia. ¿Qué aporta la noción de cronotopo a un análisis enunciativo tradicional? El cronotopo se concibe como una entidad que tiene vida, con total unidad y plenitud, "un todo inteligible y concreto", inseparable además del punto de vista emotivo-valorativo que presupone.

Desde el punto de vista metodológico, el cronotopo es una categoría de la forma y el contenido (Bajtin, 1989: 237) que está íntimamente relacionada con la noción de género, es decir, con la capacidad de establecer normas de producción e interpretación; de regular la producción de sentido. Pero para comprender esta afirmación debemos atender a una noción de género con mayor calado que la mera descripción de normas o tipos ideales.

Como señala Castañares, los discursos están sometidos a un proceso constante de producción e interpretación genérica que se adecua a los niveles de competencia discursiva de los sujetos, es decir, en cada contexto cultural éstos son capaces de producir determinados tipos de textos y reconocerlos para llevar a cabo su lectura. Sin embargo, "las reglas de la competencia discursiva no pueden situarse sólo en el campo de la forma, en su doble faceta expresiva y de contenido; es, además -y sobre todo- un problema de reglas pragmáticas que involucran a los sujetos (sus creencias, saberes, valores, etc.), los actos de habla que realizan, las circunstancias espaciales y temporales que los contextualizan (Castañares, 1995: 7).

Los cronotopos, según las explicaciones de Bajtin, estarán ligados a esta noción de género, esto es, no serán sólo la descripción de ejes espacio-temporales y temáticos o argumentales, sino que implicarán además la articulación de la situación de comunicación, es decir, la conexión y las distancias entre el mundo representado y la instancia de enunciación<sup>55</sup>.

Los cronotopos nos permiten analizar dos cuestiones principales.

© La primera es la forma en que se organizan, enlazan y desenlazan, los acontecimientos argumentales de un texto (Bajtin, 1989: 400). El cronotopo es una herramienta para abordar la organización temática.

© La segunda atañe al análisis figurativo, es decir, el cronotopo nos indica cuales son las escenas a través de las que se dota de carácter concreto y sentido los acontecimientos, cómo adquieren cuerpo y se llenan de vida los diversos elementos que conforman el texto. "Todos los elementos abstractos de la novela –generalizaciones filosóficas y sociales, ideas, análisis de causas y efectos, etc. –tienden hacia el cronotopo y adquieren cuerpo y vida por mediación del mismo, se implica en la expresividad artística". (Bajtin, 1998: 401)

El cronotopo nos permite identificar los rasgos característicos de las escenas, secuencias, formas de conexión entre ellas, tramas propios de cada cronotopo particular y eso lo convierte en un centro de concreción plástica, en una encarnación.

Bajtin diferencia el cronotopo del resto de los componentes del texto, ya que el grado de determinación y de concreción del cronotopo debe ser limitado porque, en caso contrario, la

---

<sup>55</sup> En esta investigación consideramos los géneros como formas de enunciación y por ello admitimos la propuesta de que son "modalidades diversas de expresión inevitablemente ligadas a las circunstancias culturales" (Castañares, 1995: 5), que condicionan determinados principios de producción e interpretación del discurso. En nuestra opinión, los géneros discursivos están dotados de una constitución cronotópica; no son espacios, formatos vacíos, ni reglas operacionales que sirven para expresar cualquier cosa, sino que están ligados a mundos de sentido, es decir, comprenden saberes, valores y pasiones, permiten la traducción e interconexión de formaciones discursivas, presentes en una coyuntura socio-histórico de referencia.

trama se convertiría en un caso específico y particular no comparable con otras de la misma categoría cronotópica. Eso convierte al cronotopo en una especie de representación simplificada o hiperritualizada (Goffman, 1991) que orienta y da luz al conjunto de la trama, y de esta forma permite que sean reconocibles y flexibles. Su condición figurativa y al tiempo abstracta sirve para sustentar regularidades, proponer un cierto orden e inevitabilidad, es decir, legitimar una explicación naturalizada<sup>56</sup>.

En la información televisiva (Peñamarín, 2000b), por ejemplo, se puede ver claramente cómo opera la configuración cronotópica. Por ejemplo, la patera y la lancha (de salvamento marítimo) conforman un cronotopo esencial en la construcción del discurso sobre el fenómeno migratorio. En este sentido, nos parece una herramienta, especialmente adecuada, para géneros discursivos en los que prima la condensación simbólica como la publicidad, aunque por supuesto también es aplicable a la información y a otros formatos ficcionales, como la novela, a la que lo aplica Bajtin. Este mecanismo nos permite explicar cómo funciona la dimensión narrativa y la argumentación inferencial que establece un texto condensado como el publicitario.

Los cronotopos son dialógicos, pueden “coexistir, combinarse, sucederse, compararse, confrontarse o encontrarse complejamente interrelacionados” (Bajtin, 1989: 402-403). Los ejes espacio-temporales se conciben de forma conjunta, como sucede en el caso de cronotopo del sur y el del norte, o de los ricos y desarrollados frente al de los pobres y subdesarrollados.

Un cronotopo puede mantener su sentido temático pero variar su sentido ideológico, porque las categorías que lo definen sean reinterpretadas y con ellas se desplace su función discursiva. En este sentido, las transformaciones de los cronotopos están ligadas a otros conceptos como el de las estructuras de sentimiento, puesto que a través de los cronotopos una época se hace concreta, visual y argumentalmente (Bajtin, 1989: 398). Un cronotopo nos permite acceder, entre otras cosas, a la manera en que en una coyuntura concreta se representan las distancias

---

<sup>56</sup> Nos estamos refiriendo a escenas como las que encarnan las tópicas que utiliza Boltanski para hablar sobre la representación del sufrimiento a distancia, que serán analizadas en el capítulo correspondiente. Boltanski explica como en el régimen de la piedad la generalidad debe siempre quedar ligada a lo singular, ya que la generalidad no inspira piedad, además la utilización de género meramente informativos tampoco es autosuficiente, éstos precisan de la encarnación plástica. “Así por ejemplo, una escena de la pobreza absoluta, definida a través de indicadores cuantitativos basados en convenciones de equivalencia establecidos con anterioridad, puede encontrar su espacio en un libro de macroeconomía e igualmente puede contribuir en el diseño de una política. Pero no inspirará el sentimiento al que no puede renunciar una política de la piedad. Para activar la piedad, los cuerpos sufrimientos y miserables deben ser traducidos de manera que golpeen los sentidos de las personas felices” (Boltanski, 1993:17).

y jerarquías sociales y la intensidad y duración con las que se experimenta la relación emotiva y axiológica acerca de estas representaciones.

Un ejemplo puede ser el cronotopo del campo de concentración, concepto teórico elaborado por Agamben que tiene un correlato representacional de diversos tipos. El campo, para este autor es el “espacio permanente de excepción”, la representación de éste puede mantener una configuración espacio-temporal constante constituida por: una suspensión temporal del ordenamiento y un ordenamiento sin localización, y con el paso del tiempo puede ser reinterpretado por un cambio acerca de nociones como: ciudadanía, justicia u ordenamiento. Este cambio en la estructura socio-política nos conduce al mantenimiento del campo desde los campos de concentración nazis hasta los nuevos campos contemporáneos, caracterizados por un eje espacio-temporal que Agamben denomina: ordenamiento dislocante. En este caso los campos ya no son, específicamente, los de concentración, ni están ubicados en un espacio determinado, sino que se asemejan más al no-lugar y están caracterizados por su ubicuidad y multiplicidad formal –espacial y temporal-: las salas de espera de un aeropuerto, un campo de refugiados, un centro de internamiento. Todas ellas “escenas” del mismo cronotopo en evolución.

Otro ejemplo puede ser el de la catástrofe, en este caso los espacios y tiempos de la catástrofe pueden verse alterados si el núcleo central de sentido se desplaza del azar inevitable hacia la idea de tragedia evitable. Esta nueva interpretación alteraría la intensidad afectiva del cronotopo que de puntual y espasmódica podría pasar a matizada o controlada y durativa, la valoración axiológica también se vería afectada porque en lugar de lo inevitable y la suerte aparecería la cuestión de la responsabilidad<sup>57</sup>.

Según Peñamarín (2000b), la utilización del concepto de cronotopo en el análisis de géneros mediáticos es una vía para acceder no sólo a la forma en que éstos figurativizan las relaciones espacio-temporales y los sujetos que las habitan, sino también para acceder a su dimensión

---

<sup>57</sup> Hay varios ejemplos en el discurso público sobre las catástrofes y las emergencias que están apuntando hacia una reinterpretación pública y política de este cronotopo. Un ejemplo es el posicionamiento adoptado por la Red Ciudadana tras el 11-M. Sus reflexiones están recogidas en el libro *Red ciudadana tras el 11-M. Cuando el sufrimiento no impide pensar ni actuar* (2008), en él explican que “la victimización no es una fatalidad y que otros recorridos son posibles”. La red vincula “diferentes formas de afectación, diferentes modos de implicación, distintas sensibilidades enlazadas por la necesidad de plantar cara a lo absurdo y de crear sentidos para seguir viviendo” (2008:20). Proponen repensar la figura de la víctima para no quedar atrapados en ella, porque “para el sistema democrático, la víctima es un fallo, una realidad no prevista” (2008:296), que requiere de una serie de mecanismos de regulación, fundamentalmente, la individualización y psicologización. Esta posición impide a los afectados hacer su duelo desde otros lugares, que son los que esta experiencia ha descubierto.



performativa. La propuesta bajtiniana incorpora, además, la valoración afectiva y axiológica del complejo mundo representacional y comunicativo que el cronotopo condensa.

"El cronotopo incluye siempre un momento valorativo (...) Todas las determinaciones espacio-temporales son inseparables, y siempre matizadas desde el punto de vista emotivo-valorativo" (Bajtin, 1989: 393), que varía en orientación y también en intensidad. Esta valoración sólo puede analizarse, según Bajtin, en un nivel abstracto, de forma separada al conjunto textual, es decir, al abordar el análisis de la enunciación.

La inclusión del análisis del punto de vista afectivo y axiológico es posible porque "el cronotopo determina la unidad artística de la obra literaria (-texto-) en sus relaciones con la realidad" (Bajtin, 1989:393). Eso nos permite indagar en la interacción entre los tiempos y espacios históricos, los internos al texto y los extra-textuales, es decir, acceder a la tensión entre el espacio-tiempo del enunciado y de la enunciación, gracias a los mecanismos de intertextualidad.

Para Bajtin, el cronotopo va más allá de la literatura, para él, la vida social se organiza según dinámicas cronotópicas que mantienen complejas relaciones intertextuales. El contexto socio-cultural, a través de un proceso histórico complejo y discontinuo, posibilita la inscripción en los textos literarios o mediáticos de ciertos cronotopos. Una vez que un tipo de configuración cronotópica se incorpora a las producciones culturales, ésta continuará existiendo de "forma obstinada" pese a que resulte anacrónica o haya perdido "su significación realmente productiva y adecuada", son formas en un principio creativas que se van consolidando por la tradición. Aunque, como hemos visto, la reinterpretación de los componentes y relaciones en el marco del cronotopo facilitan su adecuación a contextos variables.

En los textos que analizaremos veremos cómo en el nivel de los enunciados se encuentra una representación estereotipada de norte-sur, de necesitados y benefactores; mientras que en el nivel de la enunciación encontraremos el espacio de transformación desde la posición de espectador a la de actor, el espacio-tiempo de los delegados y de las mediaciones, etc. Pese a esta diferenciación analítica conviene recordar que ambas dimensiones se asocian íntimamente en el funcionamiento discursivo.

# 3

## **Emoción y semiosis**

**Herramientas teórico-metodológicas 2.**



Los sentimientos de dolor o placer,  
o de alguna cualidad intermedia,  
son los cimientos de nuestra mente.  
Antonio Damasio

### 3.1 Hipótesis de partida

En este apartado nos aproximaremos a la consolidación y evolución de las estructuras de sentimiento. Esta investigación parte de la hipótesis de la existencia de una racionalidad de orden figurativo y sentimental que supera dicotomías clásicas de pasión y razón -sentimiento y pensamiento-, en su lugar nos referiremos a la existencia de una racionalidad emotiva y una emocionalidad razonable.

Son muchas las disciplinas y los trabajos que se han centrado en los últimos años en el estudio de las emociones y los sentimientos, desde la psicología social y la antropología, que tradicionalmente ya lo incluían como objeto de estudio, hasta la neurobiología, la ciencia política y la ética, por citar algunas áreas de investigación. Existe una preocupación en diversos ámbitos sobre el papel de las emociones en la configuración del espacio público actual.

El punto de partida en esta reflexión es que en la base de nuestro pensamiento, de nuestra capacidad de razonamiento inferencial, se hallan los afectos. Desde cierta perspectiva filosófica, Marta Nussbaum defiende que las emociones no son sólo el combustible que pone en funcionamiento el mecanismo psicológico de un ser racional, sino que son partes, extremadamente complejas, del propio proceso de razonamiento.

Las representaciones que construimos y manejamos son deudoras de un tipo de racionalidad sentimental, y además son las emociones las que permiten el desarrollo de estructuras de sentimiento compartidas culturalmente. Lo emocional es un tipo de experiencia que se constituye como hábito, es decir, como una pauta o regla que guía nuestras acciones y concepciones sobre el mundo en el marco de una coyuntura socio-histórica determinada y en relación a ciertos objetos o asuntos sociales, en nuestro caso, definidos por la propia dinámica de la formación discursiva de la solidaridad, a la que atendemos<sup>58</sup>.

Esta concepción de la emoción como hábito -o de la dimensión social, cultural y “habitualizada” de la emoción- es la que nos permite asumir la existencia de una “estructura de sentimientos”, así como abordar el mecanismo del funcionamiento emocional en el proceso

---

<sup>58</sup>La indagación en este nivel afectivo, esto es, en la experiencia socializada de las emociones y las estructuras de sentimiento cristalizadas en nuestra sociedad, no indica la negación de una dimensión radicalmente individual de la experiencia emotiva, ni tampoco la existencia de aspectos irrepresentables en el campo afectivo, como por ejemplo los abordados por el psicoanálisis como constitutivos de la dinámica inconsciente.

de mediación, como el que tiene lugar a través de los textos de la cultura masiva. Esta interrelación entre las representaciones y los sentimientos implica una dimensión figurativa de nuestra racionalidad. Aunque repasaremos algunos aspectos relacionados con la base neurobiológica de la emoción, nuestro interés no reside en abordar los fundamentos emocionales de la naturaleza humana, sino que nos preocupa la activación de los sentimientos a través del discurso, esto es, cómo son pautados y regulados socialmente. En este trabajo nos ocuparemos fundamentalmente de la dimensión representacional de la afectividad, aunque para abordar esta cuestión haremos un breve repaso a algunos planteamientos interdisciplinares sobre los que se sostienen nuestras concepciones al respecto.

El debate que nos gustaría plantear no consiste tanto en defender que las representaciones mediáticas -sobre todo aquellas ligadas a lo solidario- son especialmente sentimentales, o son adecuadas al sentimentalismo, algo que, no obstante, es cierto; sino que nuestro objetivo es mostrar cómo los sentimientos están en la base de nuestra vida en sociedad y de nuestra vida moral en especial. Y con ello, superar la crítica superficial y vana que ha rechazado los discursos solidarios hegemónicos contemporáneos apelando simplemente a su naturaleza sentimentalista, como si existiese una alternativa puramente racionalista, distanciada, objetiva, además de justa, al margen de cualquier vinculación sentimental.

## 3.2 Versiones emocionales y epistemes

El interés por las fuentes de nuestro modo de sentirnos solidarios reside en la relación paradójica que se establece entre nuestra forma de sentir y apasionarnos y el conocimiento social que poseemos sobre dichos sentimientos y pasiones.

Nuestros dispositivos y repertorios emocionales han estado ligados a los modelos científicos que los han estudiado. Despret (2001) lleva a cabo una revisión de los estudios y perspectivas más conocidas e influyentes sobre el estudio de las emociones en la teoría psico-social y la antropología. Según esta autora, “si el saber que poseemos sobre las pasiones es un producto de nuestra herencia, y si podemos mostrar cómo nuestras prácticas realizan las concepciones de nuestra tradición, dicho conocimiento y nuestras prácticas son al mismo tiempo un vector de esa misma tradición: nuestro conocimiento prolonga nuestras concepciones pero también las transforma” (Despret, 2001:32). Las emociones deben ser comprendidas como vehículo y

contenido de una tradición. Establecemos una relación performativa entre nuestra manera de experimentar las emociones y la forma en la que la cultura las estudia y define<sup>59</sup>, puesto que a través de estas definiciones las pasiones se dotan de vida, pueden existir.<sup>60</sup> En resumen, según Depret, fabricamos las emociones con el fin de que éstas nos fabriquen<sup>61</sup>.

Las diferentes versiones e interpretaciones acerca de las pasiones nos advierten de la coexistencia de múltiples saberes sociales y culturas acerca de nuestro objeto: los sentimientos morales. Un objeto que siempre está sometido a definiciones contradictorias y controvertidas y cada una de las versiones guarda memoria de otras que funcionan como contra-versiones. «Una versión se puede articular con otras y con el conjunto de la cultura, pero a su vez estas mismas articulaciones pueden también ser cualificadas, evaluadas, en función de cuál es su forma de aparición en el régimen de coexistencia, ya sea de conflicto, de negación de la existencia de otras versiones o de su descalificación, un régimen de simulación o imitación, de activación de nuevas versiones, o incluso un régimen de continuidad» (Despret, 2001: 39). Desde esta perspectiva, la vida social de los sentimientos se desarrolla a partir de las complejas relaciones que se establecen entre las voces y discursos que evalúan, niegan, reafirman, los fundamentos cognitivos, morales, etc., de esas emociones. Las versiones acerca del sentimiento y la pasión se construyen y con el tiempo se prolongan, transforman, se recuperan y rearticulan. Esta herencia puede operar en múltiples sentidos, por ejemplo, por continuidad y por ruptura. Como explica Despret, estas versiones sobre los sentimientos y las pasiones se inscriben en el espacio de nuestra cartografía de saberes. En el siguiente apartado haremos un breve recorrido por parte de dicha cartografía: la de la semiótica de las pasiones.

---

<sup>59</sup> Las ideas de Depret, están en conexión con el trabajo de Foucault en *Las palabras y las cosas*, donde apuntó como “el pensamiento es para sí mismo y en el espesor de su trabajo a la vez saber y modificación de aquello que sabe, reflexión y transformación del modo de ser de aquello sobre lo cual reflexiona” (Foucault, 2001/1966:318).

<sup>60</sup> «Nuestro saber es un producto de lo que son nuestras pasiones, porque ellas son las que nos hacen saber, pero el vector también opera en otra dirección, porque aquello que sabemos de nuestras pasiones, la manera en que nuestra cultura las define (...) es la forma en la que les concedemos existencia, les hacemos existir (Despret, 2001:32, en francés en el original).

<sup>61</sup> Carlos Thiebaut afirma: “Hay aprendizajes sentimentales que constituyen a los ciudadanos no menos que los que, decimos, nos hacen personas en los ámbitos más privados” (En Seoane, 2004: x).

### 3.3 Racionalidad figurativa y sentimental

Hemos argumentado la importancia figurativa del discurso y nos gustaría comenzar este apartado sobre la afectividad, aludiendo, de nuevo a la figuración, pero esta vez en relación a los procesos de pensamiento. Antonio Damasio, especialista en la neurobiología de las emociones y los sentimientos, ha investigado la manera en que nuestro pensamiento está compuesto por imágenes de diverso origen sensorial. El pensamiento es, según sus estudios, la capacidad de representar intermitentemente imágenes y de ordenarlas (Damasio, 2006:112). Estas imágenes –que no tienen porqué ser específicamente visuales, pueden ser sonoras u olfativas, por ejemplo- se despliegan en nuestro cerebro a partir de la actividad sensorial y precisan de un procesamiento de tipo espacio-temporal. Es decir, poseer una mente significa que un organismo forma representaciones neurales que pueden convertirse en imágenes, ser manipuladas por el pensamiento y eventualmente influir en el comportamiento al ayudar a predecir el futuro, planificar en consecuencia y escoger las acciones. Además estas imágenes no sólo son básicas en los proceso de toma de decisiones, sino que nos ponen en contacto con otros sujetos, ya que “compartimos nuestro concepto del mundo basado en imágenes con otros seres humanos, e incluso con algunos animales; existe una notable regularidad en las construcciones que individuos diferentes hacen de los aspectos esenciales del ambientes (texturas, sonidos, formas, colores, espacio)” (Damasio, 2006: 120).

Las imágenes que conforman la actividad cerebral que rige el pensamiento no son sustantivas, es decir, no poseemos un repositorio de imágenes fijas a las que acudimos al pensar o hacer memoria, sino que dichas imágenes se almacenan en nuestro cerebro como representaciones disposicionales, esto es, cómo reglas de uso o estrategias pragmáticas con las que organizar las imágenes percibidas y memorizadas.

Las representaciones disposicionales constituyen por un lado, un depósito de conocimiento, de naturaleza tanto innata como aprendida, y por otro lado, éstas son potencialidades, en cuanto constituyen representaciones orientadas a la acción.

Lo que compone la memoria en nuestra mente son al mismo tiempo imágenes y estrategias para su empleo, que quedan sometidas a un proceso reconstructivo constante de dichas representaciones organizadas topográficamente, esto es, mediante el establecimiento de mapas.

En el marco de la neurobiología, Damasio defiende, en un trabajo reciente, el funcionamiento figurativo de nuestros procesos de conocimiento. Explica cómo para que las emociones y los

sentimientos acaezcan en nosotros, el cerebro genera una representación, esto es, una imagen de nuestro cuerpo y de las situaciones en las que se inscribe, a la manera de mapas mentales. “El cerebro utiliza varias regiones específicas que trabajan en concierto para representar una miríada de aspectos de las actividades del cuerpo en forma de mapas neurales. Esta representación, es un compuesto, una imagen siempre cambiante de la vida en acción” (Damasio, 2005:13). Esta representación figurativa no es, según Damasio, ni estable ni duradera sino que está dotada de una existencia precaria siempre modificable en función de las alteraciones que experimentamos (en este sentido, esta construcción figurativa funciona de forma coherente con el modelo performativo que atribuimos a las representaciones sociales). Este depósito de imágenes y estrategias quedará almacenado en estado potencial, de manera latente y expectante, hasta su activación. El tiempo es imprescindible en la configuración de las representaciones disposicionales, ya que nuestro cerebro integra procesos separados en combinaciones significativas mediante el tiempo (Damasio, 2006:118).

### 3.4 Una mirada desde la perspectiva neurobiológica

Según Damasio, las emociones en su nivel más básico son acciones o movimiento, muchos de ellos públicos, visibles, representados en el cuerpo. Para el autor, las emociones preceden a los sentimientos que son un fenómeno biológico de mayor complejidad.

Tanto emociones como sentimientos suceden en “un cuerpo limitado por una frontera, en cuyo interior la vida va marcando el tiempo” (Damasio, 2006:43), es decir, se trata de experiencias básicamente corporales y singulares que encuentran el contacto con lo social de

forma diversa, según veremos.

El recorrido desde las emociones hasta los sentimientos se describe en la obra de Damasio como un proceso de anidamiento que metafóricamente adquiere la figura de un árbol, como vemos en la imagen (Figura 3).

En la base están las respuestas innatas y paulatinamente se va

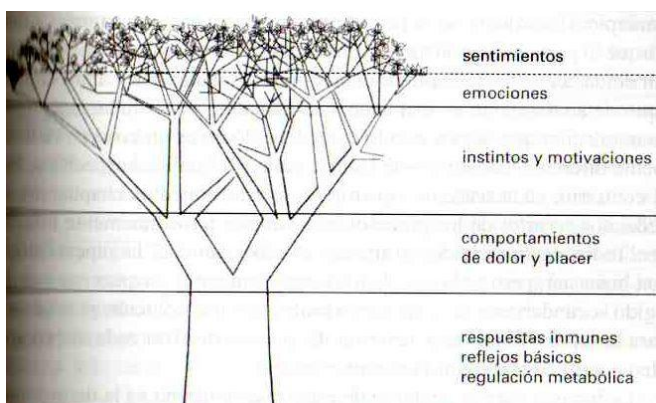


Figura 3 Damasio, 2005:41

accediendo hacia las emociones y los sentimientos, éstos últimos son la expresión mental de

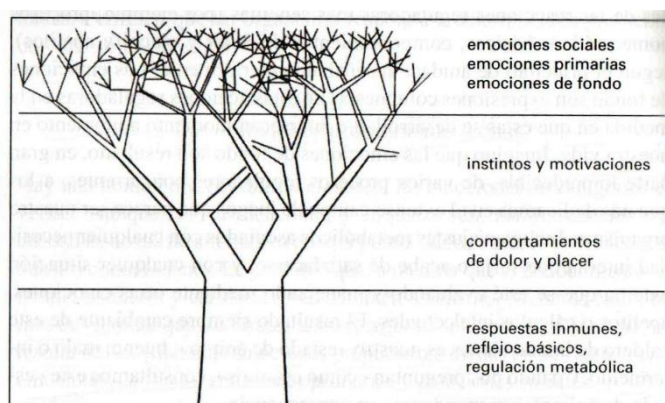


todos los demás niveles de regulación homeostática. El proceso de anidamiento implica que las emociones y reacciones más elaboradas presuponen las más simples e innatas, éstas últimas aunque innatas y estereotipadas, nunca lo son de forma fatal e inevitable, puesto que podemos controlar, en cierta medida, nuestra exposición a los estímulos. Así, aunque el conjunto de reacciones posibles sea material genético, aquello por lo que estas reacciones se activan cambia con la experiencia. Esta cuestión refuerza la tesis de Norbert Elías sobre el proceso de autocontrol emocional de los instintos que se ha producido a través del cambio histórico.

Las emociones son el primer nivel de complejidad de nuestra vida afectiva. Éstas están sometidas también a un proceso de anidamiento propio y clasificación, en su base reside la experiencia básica del dolor y el placer, la atracción y repulsión. En otro nivel están los apetitos, la versión inconsciente de nuestros deseos conscientes, que se traducen en comportamientos regidos por nuestros instintos.

Las reacciones emocionales persiguen regular el proceso vital y promover la supervivencia. La regulación del estado vital no persigue la consecución de un estado neutro, como si fuera la ataraxia, sino que busca un estado de bienestar.

La emoción es una respuesta química y neuronal que conforma un patrón distintivo, esto es, una disposición para la acción. Como hemos dicho, pese a que los repertorios emocionales están condicionados por la genética, no lo está su activación. De ahí que la emoción sea una respuesta a un



**Figura 4 Damasio, 2005:48**

estímulo emocionalmente competente (EEC). Frente a los EEC se movilizan los repertorios específicos de acción que están determinados tanto por la evolución de los seres humanos en su conjunto, como por la experiencia adquirida de cada uno de ellos. La emoción una vez activada precisa cartografiar el cuerpo para producir el cambio temporal de su estado y del estado de las estructuras cerebrales que sostienen el pensamiento. La emoción desplaza el estado previo del organismo, que se identifica con la persistencia o continuidad de una cierta emoción de fondo o tono vital del organismo, con la finalidad de que éste pueda adecuarse y

preparase a circunstancias propicias para garantizar la supervivencia y el bienestar (Damasio, 2006:56).

El espacio de las emociones no es homogéneo, como hemos apuntado ya, sino que se despliega una arquitectura emocional, similar al proceso de anidamiento que organiza el conjunto del espacio afectivo humano. Según vemos en el siguiente esquema (Figura 4) la arquitectura emocional se divide en:

#### ⊙ Emociones de fondo

Son expresiones compuestas de las acciones reguladoras del cuerpo en la medida en que éstas se desarrollan e interseccionan momento a momento en nuestra vida. Su resultado es el estado de ánimo.

#### ⊙ Emociones primarias

Las circunstancias que causan las emociones primarias y los patrones de comportamiento permanecen muy constantes en diferentes culturas, e incluso, especies (Damasio: 2005: 48) El repertorio de las emociones primarias es: miedo, ira, asco, sorpresa, tristeza y felicidad, entre otros.

#### ⊙ Emociones sociales

El repertorio de emociones sociales incluye: la simpatía, la turbación, la vergüenza, la culpabilidad, el orgullo, los celos, la envidia, la gratitud, la admiración, la indignación y el desdén. En ellas se pueden rastrear las emociones anteriores, por ejemplo, las dinámicas de dolor y placer. Damasio destaca que el término social no implica humano, ya que este tipo de emociones también está presente en los animales, lo que podría apoyar la hipótesis de que la disposición a exhibir una emoción social está arraigada en el cerebro del organismo y no depende tan sólo de su aprendizaje (Damasio, 2005:49) Además, es muy probable que este tipo de emociones sociales haya jugado un papel importante en el desarrollo de mecanismos culturales complejos de regulación social, como podría ser el caso, por ejemplo, de las actitudes cooperativas y el altruismo.

El estudio del proceso de anidamiento en Damasio es una eficaz herramienta para poner en cuestión el supuesto automatismo y la inconsciencia tiránica de la maquinaria emocional y demostrar cómo ésta es compleja y susceptible de transformación más aún en los estados superiores de mayor complejidad como los sentimientos, principalmente gracias al control como hemos dicho ya de la exposición a los estímulos. La noción del Estímulo Emocionalmente Competente, nos traslada no sólo al plano de los sentimientos, sino de la configuración social y la dimensión representacional de la afectividad.

En el último estado del árbol del anidamiento están los sentimientos. En el trabajo de Damasio el sentimiento es “la percepción de un determinado estado del cuerpo junto con la percepción de un determinado modo de pensar y de pensamientos con determinados temas” (Damasio, 2006:86). Son acontecimientos mentales significativos que llaman la atención hacia las emociones que los generaron, y hacia los objetos que desencadenaron dichas emociones (Damasio, 2006: 172), es decir, hacia los Estímulos Emocionalmente Competentes.

Realizando una traducción semiótica de esta concepción del sentimiento de Damasio, podríamos afirmar que el sentimiento en cuanto modo de pensar se sitúa en el nivel de la enunciación, y en cuanto percepción de los pensamientos sobre determinados temas, se refiere a los enunciados –a lo pensado. Percepción y cognición son los dos elementos básicos del sentimiento.

Los EEC son los objetos o acontecimientos cuya presencia, real o como rememoración mental, desencadena la emoción (Damasio, 2005:55). Frente al objeto el organismo toma una decisión y recomienda evitación y evasión o aprobación y acercamiento. El procesamiento del objeto, su valoración no se hace de forma aislada, como la de ningún otro signo, sino que se interpreta en relación a otros objetos presentes y en conexión al pasado, es decir, en su inscripción sintagmática y paradigmática.

La interpretación del EEC, como la del resto de los signos, no responde a una situación aislada, sin memoria, sino que se realiza en conexión con la educación emocional, es decir, el proceso evaluativo no es automático, no hay una unidireccionalidad inmediata entre los objetos causativos y las respuestas emociones. El EEC inserta la instancia de mediación en la conformación de la estructura emocional.

La emoción es, por tanto, el resultado de la evaluación de la situación por parte del organismo, aunque la percepción del EEC no sea consciente. El problema está en delimitar qué constituye un EEC, porque como dice Damasio, no existen apenas objetos emocionalmente neutros. La diferenciación emocional entre objetos es una distinción de grados y de orientación positiva o negativa y es en la construcción de la intensidad emocional o la competencia emocional respecto de un objeto donde reside la capacidad de regulación, hasta cierto punto consciente, de las emociones sociales.

Generalmente, “cuando pensamientos normalmente causativos de emociones aparecen en la mente, producen emociones, las cuales dan origen a sentimientos, y éstos evocan otros pensamientos temáticamente relacionados y que es probable que amplifiquen el estado emocional” (Damasio, 2006:72). Esto significa que los pensamientos y emociones de los

sujetos establecen relaciones de sentido con otros objetos (pensamientos o estados emocionales) que funcionan como sus interpretantes. Y esta cadena de interpretantes, de naturaleza creativa, hace crecer el signo de origen y por ello, “los pensamientos evocados pueden funcionar incluso como disparadores independientes de emociones adicionales y así potenciar el estado afectivo en curso.”

Desde nuestro punto de vista, se puede leer en las descripciones de Damasio como las de un proceso de semiosis, que continuará con grados de intensidad emocional variable hasta que otro proceso mental lo estabilice. Estos procesos no funcionan de manera lineal en una sola dirección, sino como mecanismos intertextuales de naturaleza inferencial –creativa- que amplían las redes entre pensamientos, sentimientos y emociones.

Pese a la dimensión creativa y amplificadora del sentimiento eso no significa que estemos ante un proceso de plena libertad. Como hemos dicho al comienzo del apartado, hablamos de representaciones disposicionales, lo que presupone una cierta orientación. Por eso, la emoción produce el tipo de pensamientos adecuados al sentimiento concordante. “Ello es debido a que el aprendizaje asociativo ha conectado las emociones con los pensamientos en una rica red de dos direcciones. Determinados pensamientos evocan determinadas emociones, y viceversa. Los niveles cognitivos y emocionales de procesamiento están continuamente conectados de esta manera” (Damasio, 2006:73).

Estas conexiones son las que nos permiten argumentar la existencia de una racionalidad emocional y una emotividad racional. Según afirmamos antes, no hay posibilidad de conocimiento sin representación, pero tampoco sin emocionalidad. Son “las expresiones las que evocan sentimientos y los tipos de pensamientos que se han aprendido como adecuados a aquellas expresiones emocionales” (Damasio, 2005:73). Los sentimientos son indispensables en el proceso de razonamiento y, por tanto, en el de la toma de decisiones tanto prácticas como éticas. Las emociones y los sentimientos, según muestra Damasio, nos ayudan a resolver problemas no rutinarios que implican creatividad, juicio y toma de decisiones que requiere la presentación y manipulación de enormes cantidades de conocimiento. Esto no significa que las emociones sean por completo razonables, es decir, estén sometidas a un sustrato cognitivo por completo, sino que más bien están influidas por éste, en un proceso de mutua dependencia que nos permite hablar de emociones razonables.

Los sentimientos, como cualquier otro fenómeno comunicativo, precisan de la traducción, en este caso de la traducción de un estado corporal a una cartografía, una imagen mental, que organiza las percepciones sobre la variación en el eje básico placer-dolor del terreno afectivo.

Emociones y sentimientos actúan como interpretantes de otro signo: de una imagen mental que cartografía el cuerpo y que a su vez depende de la percepción también significativa de las circunstancias del entorno.

Más allá de un primer ejercicio valorativo sobre lo positivo y negativo, placentero o doloroso, los sentimientos van especializándose y complicándose, para servirnos como ejes de organización y disposiciones de acción. Por ejemplo, “bajo la influencia de emociones sociales (desde la simpatía y la vergüenza, hasta el orgullo y la indignación) y de aquellas otras emociones inducidas por el castigo y la recompensa (variantes de la aflicción y la alegría), categorizamos gradualmente las situaciones que experimentamos: la estructura de las situaciones, sus componentes y su significado en términos de nuestra narrativa personal (Damasio, 2006:142). El análisis de las lógicas representacionales que afectan a la definición de los imaginarios compartidos y que conforman además las narrativas personales, será pues imprescindible para el conocimiento de las estructuras de sentimiento. “Se trata de descubrir las circunstancias reales en que puedan ser un árbitro y utilizar el acoplamiento razonado de *circunstancias* y *sentimientos* como guía para el comportamiento humano” (Damasio, 2005:173, subrayado del autor).

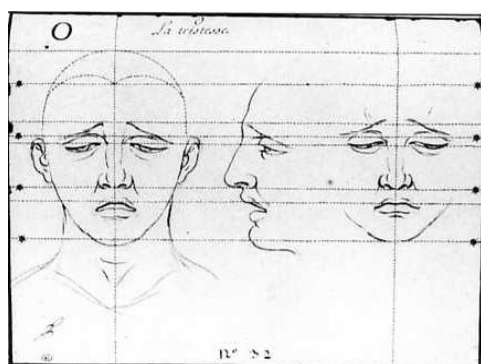
Las teorías de Damasio sobre los procesos neurobiológicos de las emociones y los sentimientos están inspirados, sobre todo, en las teorías de Spinoza, pero también ha recurrido a las ideas de otros filósofos como William James, pragmatista como Peirce. Para James, los sentimientos son una percepción del cuerpo real cambiado por la emoción. Una idea que Damasio sostiene haber comprobado y que había sido rechazada porque ponía en duda la inmediatez de la emoción e insertaba en ella el tiempo de las mediaciones. Esa idea nos invita a considerar que “sentir lleva su tiempo” (Damasio, 2005:111). Y en nuestro estudio nos interesa sobre todo el tiempo narrativo de las emociones o, más bien, el tiempo de las emociones narrativas.

### 3.5 La Expresión emocional y la superficie del sentido

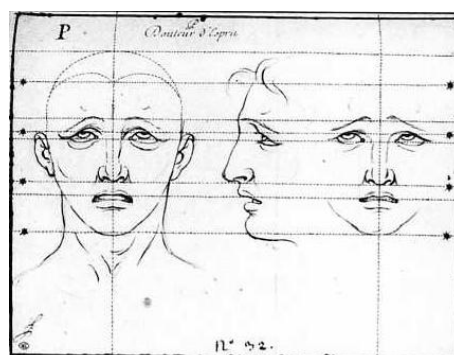
Aunque los estudios de Damasio argumentan a favor de la evaluación cognitiva del objeto, sus investigaciones le llevan a concluir que no siempre el pensamiento precede a la emoción, puesto que ciertos experimentos parecen mostrar que la emoción puede ser estimulada mecánicamente y conseguir con ello provocar una emoción pura, por así decirlo, de la que

posteriormente derivarán las sensaciones y pensamientos adecuados a la emoción suscitada. En estas y en otras investigaciones similares se habría comprobado que una emoción sin motivo causa un sentimiento y provoca un estado mental en consonancia con la valencia de un repertorio de acciones corporales (Damasio, 2005:77-79). Es más, la actuación voluntaria de la expresión emocional puede provocar la emergencia de la emoción y el sentimiento asociados a dicha actuación expresiva.

El estudio de la expresión de las pasiones se entronca con una tradición que encuentra uno de sus estudios de referencia en *Conférence sur l'expression générale et particulière* de 1667, del pintor del siglo XVII Le Brun<sup>62</sup>, quien a su vez está influido por la obra de Descartes sobre las pasiones del alma. Le Brun trabajó sobre las pasiones desde una perspectiva metodológica, ya que su interés residía en captar los aspectos naturales de la expresión de las emociones para utilizarlos en el trabajo artístico.



**Figura 5** Imagen de la expresión de tristeza (Le Brun, 1667)<sup>63</sup>



**Figura 6** Imagen de la expresión de dolor (Le Brun, 1667)

El estudio de la expresión afectiva ha estado vinculado por una parte a la antropología, como mencionamos y, por otra, al estudio del arte, como sucede en la obra de Le Brun (Figura 5, Figura 6 y Figura 11), entre otros muchos. Le Brun afirmaba que todas las emociones del alma tenían una traducción en el cuerpo, en la parte sensitiva, que era necesario estudiar para efectuar una correcta representación de las mismas. En su obra se ocupó del amor, la cólera, el dolor, la tristeza, la alegría, el deseo, el pesar, la sorpresa y el miedo.

En aquella época se asumía, en consonancia con la metáfora del rostro como espejo del alma, la capacidad de éste de mostrar la esencia de las pasiones. Es decir, a través de la expresión se obtenía el reflejo de las pasiones, que podían por tanto describirse y categorizarse, y además a

<sup>62</sup> Se puede consultar la obra de Le Brun en la página web: <http://www.charleslebrun.com/>

<sup>63</sup> Fuente: [http://www.charleslebrun.com/site\\_anglais/album\\_passions\\_english.htm](http://www.charleslebrun.com/site_anglais/album_passions_english.htm)

través de su expresión se accedía a las causas que la producían. Los mecanismos de interpretación se refieren a lo fidedigno de la expresión emocional, a su verdad, un presupuesto que, en ocasiones, sigue afectando a la representación, interpretación y valoración de las emociones compartidas, como la solidaridad.

El objetivo de Le Brun fue conocer los aspectos fisonómicos involucrados en la expresión emocional. Los dibujos de Le Brun persiguen captar la esencia de las pasiones y sus signos naturales. Su trabajo es afín, como decimos, a la perspectiva que privilegia la íntima relación entre representación, esencia y verdad; una relación que libera sus prototipos afectivos, para que adquieran un estatuto universal y se conviertan en transcripción gráfica de un mecanismo pasional determinado. El proyecto de Le Brun pretendía ligar lo bello –pictórico- y lo verdadero –fisonómico (Delaporte, 2004:81).

A partir del siglo XIX, la mirada atenta a las esencias se desplaza paulatinamente hacia los signos, en cuanto expresiones de contenidos; las emociones atrapadas en el rostro, principal superficie de expresión emocional, se comunican como síntomas<sup>64</sup> (Figura 7). Se concede a la manifestación emocional arbitrariedad, no se le supone una relación causa-efecto con los sucesos internos. No significa esto que toda expresión emocional obtenga la misma categorización. En los estudios de la época se intenta desarrollar una subdivisión que distinga los movimientos involuntarios de la cara de los movimientos voluntarios del rostro<sup>65</sup>. El estudio de la fisonomía permitió, con el paso del tiempo, identificar ciertos movimientos faciales que se realizaban involuntariamente y a su vez se relacionaron estos con el desarrollo de alguna pasión específica<sup>66</sup> (Figura 7 y Figura 8).

<sup>64</sup> Desde entonces, “la expresión de un rostro no puede recibir un sentido sino de un acto de conocimiento que, de antemano, le ha transformado en signo” (Delaporte, 2004:82).

<sup>65</sup> Según Delaporte, esta división es de influencia cartesiana. En el artículo 112 de *Las Pasiones del alma*, Descartes escribe que principales señales de las pasiones son: los gestos del rostro y de los ojos, los cambios de color, los temblores, la languidez, el desmayo, las risas, las lágrimas, los gemidos y los suspiros. Descartes creía en la existencia de un lenguaje que servía para declarar pasiones que, en nuestra cultura, se concentra sobre todo en la capacidad de los ojos, en la mirada, a través de la que se pueden mostrar todas las afecciones del alma. Sin embargo, Descartes llamará la atención sobre la dificultad de describir las particularidades de estos gestos, ya que existe una especie de continuidad entre unos y otros, hasta el punto de que hay hombres que ponen la misma cara cuando lloran que cuando ríen (Descartes, Artículo 113 citado en Delaporte, 2004). Pero lo más interesante acerca de la manifestación de las emociones es la certeza de Descartes de que lo mismo podemos utilizar los gestos de nuestro rostro para mostrar que para disimular las pasiones.

<sup>66</sup> Por ejemplo, cuando un sujeto siente pena o dolor, ésta se expresa a través de una serie distinguible de reacciones fisonómicas que modifican la respiración y se transmiten al “espacio del aliento”, es decir, del rostro. Según recoge Delaporte, “la expresión del ojo en la pasión prueba que esta relación se establece por un nervio respiratorio y en consecuencia por un nervio de la expresión. En el sufrimiento, en las penas del espíritu y en todas las pasiones del mismo género, los ojos son elevados y llevados hacia fuera de acuerdo con los cambios que experimentan los otros rasgos” (Delaporte, 2004:84).





**Figura 7 Le Brun (1667)**



**Figura 8 UNICEF (2000)**

El estudio de estos movimientos involuntarios se fue independizando de las pasiones, y su descripción ocupó gran parte del trabajo de autores de la época, como por ejemplo las investigaciones del doctor Guillaume Duchenne.



**Figura 9 Duchenne (1862)<sup>67</sup>**

Duchenne, más allá de la voluntariedad y la teatralidad<sup>68</sup> de las emociones, estudió condición involuntaria de la expresión emocional mediante estímulos eléctricos. Esta línea de investigación médica y artística se plasmó en su obra de 1862, *Mécanisme de la physionomie humaine, ou analyse électro-physiologique de l'expression des passions, applicable à la pratique des arts plastiques*, una referencia clave en este campo de estudios<sup>69</sup>. En ella se muestran los resultados de efectuar descargas eléctricas sobre personas para evaluar de

qué manera se modificaba su expresión facial<sup>70</sup> (Figura 9).

Duchenne separa la expresión facial de las emociones de su control por parte de la voluntad, concepción de tradición cartesiana. No obstante, no se desecha la posibilidad de que,

<sup>67</sup> Fuente:

<http://commons.wikimedia.org/w/index.php?title=Special%3ASearch&search=duchenne&go=Go>

<sup>68</sup> Duchenne defendía que no había nada que buscar en la mirada, sino que, si la mirada es el espejo del alma, lo es porque el rostro recibe y refleja la luz del día y sus sombras, así las modificaciones de la mirada dependen del realce de los contornos (Delaporte, 2004:86).

<sup>69</sup> Parte de sus fotografías fueron incluidas por Darwin en sus escritos, para sostener sus argumentos sobre la universalidad de la expresión emocional.

<sup>70</sup> Se puede consultar un artículo de Arthur Elsenaar y Remko Scha sobre la evolución de estos estudios y su aplicación al arte en "Electric body manipulation: as performance art. A historical perspective". [http://artificial.org/elsenaar\\_scha\\_lmj\\_12\\_03.pdf](http://artificial.org/elsenaar_scha_lmj_12_03.pdf)



efectivamente, la mímica tenga un espacio y las personas puedan simular sus pasiones, es decir, establecer un lenguaje no verbal fundado en la voluntad y en las convenciones (Delaporte, 2004:85). El objeto de los trabajos de Duchenne era, entre otros, describir las acciones involuntarias para conseguir diferenciar la autenticidad de la expresión emocional de su simulación. De nuevo, el punto de atención será el rostro y en especial, los ojos y el movimiento de las cejas ya que éstas últimas producen el cambio completo de toda la expresión facial.

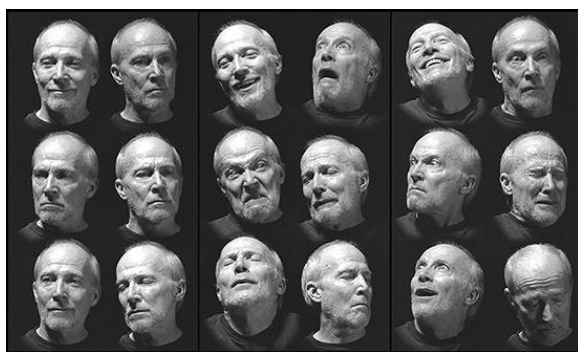
Según cuenta Delaporte, el trabajo de Duchenne no fue comprendido por sus coetáneos, por sistematizar lo que debería ser objeto de una fenomenología fruto de la percepción sensible inmediata. Sin embargo, la obra de este autor, sobre todo, su trabajo fotográfico, así como la de Le Brun, son una aportación fundamental para el estudio de la representación convencional de la manifestación emocional.

Otro trabajo de referencia en el estudio de la expresión emocional fue el de Darwin publicado en 1873 con el título *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre*. Según Darwin, la expresión de las emociones guarda relación con los reflejos y los instintos. Estas expresiones cumplen una función biológica; por esto, tanto la expresión de las emociones propias como el reconocimiento de las de los demás, se realizan de forma principalmente involuntaria y no aprendida (Chóliz, 1995). Sin embargo, los hábitos que están asociados a estas expresiones pueden modificarse e incluso desaparecer.

La obra de Darwin ha tenido una importante influencia en el estudio de la expresión de las emociones. La indagación sobre la existencia de emociones innatas y patrones universales continúa hoy en día a través de trabajos sobre la expresión facial como los de Paul Ekman<sup>71</sup>. Igualmente, las reflexiones de teóricos y artistas como Le Brun (Figura 11) sigue siendo objeto de la indagación artística contemporánea, como sucede con el trabajo de Bill Viola (Figura 10).

---

<sup>71</sup> Pueden seguirse sus trabajos y su impacto mediático en su web: [www.paulekman.com](http://www.paulekman.com)



**Figura 10 Bill Viola, The Passions The six emotional states<sup>72</sup>**



**Figura 11 Le Brun, Expresiones del alma**

No es nuestra intención mediar en este complejo debate, al que ha contribuido la antropología, la etnografía de las emociones y los estudios desde la psicología social<sup>73</sup>. Una línea de investigación, como la de Anna Wierzbicka, ha intentado demostrar la existencia de configuraciones semánticas universales para las emociones primarias. Por el contrario, los estudios sobre interculturalidad y el constructivismo "hacen residir en la cultura la verdadera posibilidad de la construcción, expresión y comunicación significativas de las emociones, las cuales se constituyen en torno a vocabularios compartidos, convenciones, rituales, tal como Geertz propuso para los símbolos" (Ramírez, 2005:180). A su vez, este tipo de investigaciones ha recibido críticas por no clasificar las emociones y por reducirlas a su dimensión discursiva. En puntos intermedios podemos encontrar trabajos como el de Andrade para quien: "una emoción siempre tiene una indudable incardinación neurofisiológica, pero ésta no es ajena al sistema sociocultural en el que el universo emocional se constituye y adquiere sentido para el sujeto -precisamente por su instauración social, compartida. La forma de esta constitución es relativamente impredecible, convencional, pero no es inmotivada, puesto que está determinada dentro de ciertos límites constrictivos" (citado por Ramírez, 2005:181). Desde nuestra orientación semiótica esta cuestión está relacionada con la configuración de las emociones como hábitos.

<sup>72</sup> Bill Viola, a propósito de su obra *Six Heads* el artista escribe: "En nuestro día a día las emociones emergen a la superficie sucesivamente, convocadas gracias a las situaciones cambiantes y las circunstancias en las que nos vemos involucrados (...) La imaginería de *Six Heads* reconoce que lo que cada uno de nosotros somos no puede ser capturado por un solo rostro en un único instante. Estamos constreñidos por múltiples caras y muchas identidades que cargamos con nosotros y desplegamos, una por una a lo largo del tiempo". (Página oficial Bill Viola, en inglés en el original)

<sup>73</sup> Un repaso de la bibliografía más relevante sobre las emociones desde la psicología social se puede consultar en Belli e Iñiguez-Rueda (2008); y desde el enfoque de la antropología en Ramírez Goicochea, (2001).

Con la breve mención en este apartado de las líneas de investigación sobre la naturaleza de las emociones y su manifestación o expresión tan sólo queremos hacer hincapié en la dimensión mimética e icónica de la expresión afectiva que, sin duda, está ligada a las dimensiones cognitiva y narrativa que abordaremos más adelante. Las mencionadas observaciones nos permiten plantear el hecho de que las emociones tienen un componente teatral y performativo indispensable, por lo que el estudio de los significados emotivos no puede desligarse del estudio de su expresión, su manifestación en la superficie a través del gesto. El análisis de la gestualidad, unido a los de la narración, los contenidos cognitivos y los juicios de valor sobre las emociones nos permitirán acceder de la forma más completa posible a nuestro objeto de estudio.

Como venimos manteniendo a lo largo de este trabajo, compartimos la idea de que "el conocimiento, como saber, es algo más que el conocimiento proposicional desencarnado. El significado, precisamente, se constituye "valorativamente" y se engarza en el sujeto, involucrándolo, por medio de la intención, la motivación, el deseo, y las emociones que éstos vehiculan" (Ramirez, 2005:185).

Esta relación entre el proceso de pensamiento, el cuerpo y las emociones ha sido trabajada desde muchas perspectivas y campos de investigación, por ejemplo en la perspectiva feminista a través de la noción de *embodiment*, en las obras de autoras como Haraway (1995), y desde una perspectiva fenomenológica, por pensadores como Mearleau-Ponty.

Sobre las hipótesis de este último, desarrolla Fontanille un trabajo de orientación semiótica acerca de la corporalidad, donde plantea que el cuerpo puede ser analizado como sustrato de la semiosis y como figura semiótica (Fontanille, 2004: 24)<sup>74</sup>. Es la segunda de estas dimensiones, es decir, la conformación de figuras semióticas de la afectividad mediante el cuerpo, lo que nos interesa.

La expresión gestual, sensorio-motriz, de las emociones no constituye un mero proceso de reduplicación, en el que se produzca un reflejo –como un correlato homogéneo– entre las emociones interoceptivas y el espacio exteroceptivo, es decir, entre el proceso interno y la

---

<sup>74</sup> Las hipótesis de esta trabajo sobre semiótica y corporalidad son las siguientes: a) reconocer que el actante es (tiene) un cuerpo significa preguntarse acerca de los efectos que este último tiene sobre la semiosis y sobre las instancias discursivas responsables, así como sobre la teoría del acto y de la acción según sea el operador; b) examinar posteriormente la diversidad de modos de lo sensible significa también estudiar la deformidad de los campos en los que se organiza y construyen los primeros elementos de una sintaxis de las figuras corporales del discurso; c) la hipótesis de una sintaxis figurativa imbricada sobre las figuras del cuerpo conduce finalmente a una tipología de estas últimas que, por un lado aparecen como formas de la polisensorialidad y por otro como soportes de la memoria del discurso (Fontanille, 2004: 26, en francés en el original, citas de la edición italiana).

manifestación externa. Esta falta de homogeneidad en el sentido de inmediatez y reflejo, como también presupone la propuesta de Damasio al hablar de la mediación de las imágenes corporales, nos aleja de la idea de autenticidad en la expresión emocional y nos lleva a comprenderlo como un proceso de traducción. Es decir, entre el proceso emocional y su manifestación existe un proceso de adaptación, que presupone una tendencia, si no a la imitación, por lo menos a la reconstrucción de los correlatos sensibles y carnales de una emoción dada (Fontanille, 2004: 202). Fontanille supone que se da una reconstrucción de una emoción conocida, y una movilización de la memoria corporal y afectiva.

La mimesis en este sentido es un proceso de iconización fundado sobre las restituciones de las condiciones sensorio-motrices de las emociones. Se trataría de una propensión mimética que sirve para adaptarse a los climas emocionales a través de las variaciones de los tonos musculares -una explicación que recuerda a la propuesta de Damasio, para quien la cartografía del estado corporal incluía todas las dimensiones del ser humano: sensoriales, corporales y propiamente cognitivas.

Esta iconización de la emoción en la gestualidad, mimética y adaptativa, no sólo opera por empatía entre los cuerpos, sino que afecta al intercambio discursivo, como puntualiza Fontanille. Por ello, podemos reconocer las emociones e intenciones subyacentes -desde nuestro enfoque, presupuestas o imbricadas- en los discursos, porque están siendo traducidas gracias a la intermediación del cuerpo parlante (Fontanille, 2004: 203). Comprendiendo cuerpo parlante como expresivo en un sentido amplio, no sólo vocal.

El cuerpo, dice Fontanille, es el vector y la sede de la sensibilización y no tan sólo un factor contaminante, como habían sugerido en el trabajo con Greimas y, por eso, pasa a ser concebido como el operador y analizador de las atmósferas tímicas que convierte en figuras semióticas los estados de ánimo difusos en el mundo perceptivo<sup>75</sup>.

Como mantiene Fontanille, en cuanto instancia de realidad el cuerpo se concibe como un lugar de producción de un punto de vista encarnado, a partir del cual se puede trazar y, por tanto, instituir -de vez en vez- la diferencia constitutiva del sí mismo y el otro, del aquí y allí, del ahora en cuanto presencia, respecto de algo real (porque es un estado) y algo posible (lo que está por venir). Es decir, el cuerpo encarna la instancia enunciativa y sus agenciamientos. Según Demaria (2003), que sigue las propuestas de Marciani, el cuerpo es colocado como

---

<sup>75</sup> Para Demaria (2003) también el cuerpo es una instancia de realidad y un mecanismo de regulación. Esta autora está interesada en la cuestión de la experiencia semiótica desde la perspectiva feminista y la conexión de esta experiencia -en términos semióticos- con la existencia de un cuerpo sexuado, social e históricamente situado.

“masa” –lugar de producción, condición para que los sistemas de coordenadas sean posibles– es el origen de las relaciones tensivas y distensivas que organizan el espacio de lo afectivo.

Al mismo tiempo, el cuerpo es también una instancia de regulación en cuanto su consistencia garantiza que la significación pueda circular transformándose porque, al igual que sostienen las teorías del actor-red, en esta perspectiva, el cuerpo nunca está cerrado; antes bien, es un sistema de trasvases, de trasbordo, un sistema de permeabilidad en el que lo interno y lo externo, lo que está antes y después continuamente se relacionan y conectan, a partir de una significación que lo habita. El cuerpo es la instancia de mediación para las figuraciones habitables.

En opinión de Demaria, esta condición de mediación convierte al cuerpo, sobre todo, en un intérprete, porque la significación se articula a partir del cuerpo, de sus ritmos; en él tiene lugar la transformación que da vida y efectividad al sentido. El cuerpo otorga al sentido la densidad que precisa toda articulación semiótica. La experiencia es reelaborada a partir del cuerpo que transforma los sentidos externos e internos en ordenamientos y frecuencias de significados (Demaria, 2003: 242).

La posición crítica de Demaria le lleva no sólo a considerar la importancia del cuerpo como espacio en el que el sentido se inscribe y circula, sino a considerar además las prácticas culturales y semióticas que han disciplinado el cuerpo objetivándolo, saturándolo. No siempre el cuerpo vivido coincide con el cuerpo representado, como sucede en la publicidad, por ejemplo. Y los sentidos internos, los externos y las diversas dimensiones de la experiencia que confluyen en él pueden ser fuentes de profundos conflictos. Esta cuestión ha sido ampliamente trabajada por el feminismo en torno a las coerciones discursivas de la identidad (Butler) y por las propuestas de la biopolítica (Foucault, Agamben).

Si el cuerpo es la instancia de mediación fundamental, el estudio de la encarnación (*embodiment*) del discurso afectivo será uno de los mejores instrumentos metodológicos en el análisis de la representación de la afectividad.

El estudio de la encarnación o corporeidad de las emociones está para nosotros vinculado a la biopolítica, dado que el proceso de *embodiment* no sólo hace referencia a la experiencia afectiva, también es un proceso implicado en las relaciones de poder y en la política. No nos referimos únicamente a las operaciones de enmarcación y delimitación por parte del poder sobre el cuerpo de los pobres e infelices, sino también a que en los nuevos regímenes biopolíticos todos los sujetos están sometidos a estos procesos de *embodiment*.

Las fracturas del orden social, aquellas que a través, entre otras cosas, de los dispositivos emocionales, persiguen determinar ciertos sujetos como marcados, estableciendo su diferencia de forma esencializada, pasan por el cuerpo y sus representaciones<sup>76</sup>. Veremos en nuestro análisis cómo la representación hipervisible de ciertos cuerpos corresponde a un proceso en el que dichos cuerpos han quedado saturados por la experiencia del “sufrimiento presupuesto” y de la compasión subsiguiente. Dolor y compasión que son la manifestación de una mirada y posición de poder disciplinaria.

Las representaciones masivas son espacios privilegiados para estos procesos de *embodiment*, para la cristalización o fijación de estas marcas de exclusión e inclusión que los repertorios emotivos inscriben en los cuerpos de los sujetos. La noción de *embodiment*, como señala Romero Bachiller (2003), nos conduce a una concepción del cuerpo como una unidad social construida a través del mecanismo de la performatividad y la articulación, es decir, como resultado de múltiples interacciones e interconexiones entre entidades heterogéneas. El cuerpo desde esta perspectiva se interpreta como bricolaje y, por ello, no está dotado de un límite estático sino poroso y móvil. Los cuerpos son figuraciones en proceso que quedan delimitados gracias a su inscripción cronotópica, ya que son las prácticas de articulación e interdependencia las que estabilizan los cuerpos de los sujetos, sin fijarlos por completo o sin permitir su evolución, de la misma manera que evolucionarán los dispositivos afectivos en ellos inscritos.

Esta concepción de los cuerpos nos permite comprender porqué una cierta posición de sujeto queda marcada como diferente, de qué manera los cuerpos manifiestan la identidad de “los otros”, permiten su reconocimiento y categorización, por ejemplo, como subdesarrollados, pobres, analfabetos, etc.

---

<sup>76</sup> No se trata de un proceso de inscripción corporal de los cuerpos, ya que como apunta Butler “cualquier teoría del cuerpo culturalmente construido debería cuestionar “el cuerpo” por ser un constructor de generalidad sospechoso cuando se concibe como pasivo y previo al discurso” (Butler, 2001:160). Frente a la presunción de una sustancia previa al discurso, Butler defiende la naturaleza significativa del cuerpo y la centralidad de su superficie. Las marcas de las relaciones de poder que caracterizan los cuerpos son de orden performativo, ya que “actos, gestos y deseo producen el efecto de un núcleo interno o sustancia, pero lo hacen *en la superficie* del cuerpo, mediante el juego de ausencias significantes que sugieren, pero nunca revelan, el principio organizador de la identidad como una causa. Tales actos, gestos y realizaciones –por lo general interpretados- son *performativos* en el sentido de que la esencia o la identidad que pretenden expresar son *inventos* fabricados y mantenidos mediante signos corpóreos y otros medios discursivos” (Butler, 2001:167). Aunque la idea de invención ha sido cuestionada por la propia autora, su planteamiento sobre la performatividad y el cuerpo sigue siendo válido, al incorporar a esta lectura la dimensión normativa que traspasa a los sujetos y sus cuerpos que, aunque no pueden ser totalmente controlados, aún así son constituidos incidiendo en su construcción de identidad.

Los estudios sobre los procesos de racialización, etnicidad o generización describen de qué manera la etnia, la raza, la religión, la sexualidad, el género, la edad, la capacidad física, quedan encarnados en ciertos cuerpos, junto con la forma en que estas dimensiones interactúan entre sí, se articulan para ubicar a los sujetos y sus relaciones. Unas relaciones encarnadas que, en nuestra investigación, se conciben básicamente como relaciones entre sujetos o cuerpos marcados y cuerpos no marcados o, bien, marcados positivamente como “nosotros”, es decir, no-otros.

En las teorías del *embodiment*, sobre todo, y en las perspectivas de la teoría del actor-red, el cuerpo no aparece como el material duro donde la cultura imprime una subjetividad particular. El cuerpo en sí mismo es un fenómeno histórico, específicamente cultural.<sup>77</sup> El cuerpo como apertura y como instancia reguladora es, de hecho, también el lugar en el que se inscriben los usos y los estereotipos, según Demaria (2003:243). Así, estas posiciones de sujeto no sólo precisan una serie de huellas y marcas corporales, sino también deben estar insertas en una serie de relatos tópicos, como veremos.

Para la semiótica, según Fabbri y Marrone, ocuparse de la afectividad implica tomar en consideración el cuerpo. Analizar los aspectos corporeizados del sentido, supone, para estos autores, recuperar en el marco de la componente semántica, la línea de continuidad que une las instancias perceptivas a las elaboraciones categoriales discretas, a través de una serie de fenómenos intermedios como la euforia y la disforia, la tensión y la distensión, la intensidad y los aspectos, los ritmos y las temporalidades profundas, es decir, todos aquellos elementos que componen el mundo complejo y variado de la afectividad (Fabbri y Marrone, 2001:270).

Para resumir algunos de los asuntos abordados en este apartado y ligarlos con la cuestión de su representación y su carácter “pedagógico”, recogemos las reflexiones de Bertolt Brecht acerca de la dimensión icónica de las emociones. Brecht nos recuerda que: “Uno se olvida con facilidad de que la educación humana se desarrolla por vías extremadamente teatrales. Al niño se le enseña cómo ha de comportarse de un modo muy teatral; los argumentos lógicos llegan mucho más tarde. Cuando sucede esto y esto otro, se le dice (o lo ve él mismo) uno tiene que reírse. Cuando oye risas se suma a ellas sin saber por qué; si se le pregunta de qué

<sup>77</sup> “Si los seres humanos han llegado a posicionarse a sí mismos como sujetos, con una voluntad de ser, una predisposición hacia el ser, no proviene, como algunos han sugerido, de un deseo ontológico, sino del resultado de una cierta historia y sus invenciones (...) Sugiero que todos los efectos de la interioridad psicológica, unidos al conjunto de otras capacidades y relaciones están constituidos a través de la vinculación de los humanos con otros objetos, prácticas, multiplicidades y fuerzas” (Nikolas Rose citado en Romero, 2003, en inglés en el original).

se ríe, se muestra completamente confuso. Del mismo modo, se suma a los llantos; no llora sólo porque lo hacen los adultos, sino que siente pena auténtica. Es lo mismo que sucede en los funerales, cuyo sentido se les escapa por completo a los niños. Son acontecimientos teatrales que dan forma al carácter. El ser humano copia gestos, imitaciones, tonos de voz y el llanto surge de la pena, pero la pena también surge del llanto“(Citado en Eagleton, 2007). Eagleton considera que “se nos olvida que tenemos que aprender nuestras emociones participando en formas de comportamiento social, que los sentimientos son instituciones. (...) Sólo después podrá la lógica enterrar a la retórica y el gesto se deslizará subrepticamente tras la idea central. Los enunciados no ‘representan’ referentes sino prácticas, incluyendo otros enunciados: ‘gestos, imitaciones, tonos de voz’ ” (Eagleton, 2007).

La mimesis es imprescindible en la educación sentimental, que precisa de formas culturales de inscripción: el teatro, la novela y, actualmente, todos los tipos de textos y géneros que componen la cultura masiva, en los que podemos percibir repertorios emocionales particulares, así como grados diferentes de intensidad emocional y capacidad mimética.

Si bien aceptamos la idea de que las emociones forman parte de una red con otros estados mentales, como estados proposicionales, sentimientos, sensaciones, imágenes (Hasberg, 2001) y de que en nuestra experiencia afectiva-emotiva son imprescindibles las categorizaciones, los esquemas, los modelos narrativos; eso no implica, como hemos señalado, que defendamos una noción puramente cognitivista sobre la emoción. En nuestra opinión, esto resulta insuficiente y son precisos mecanismos de naturaleza mimética<sup>78</sup> como la inmersión del receptor en el relato, que desarrolla Schaeffer (2002), por ejemplo para poder analizar cómo los sentimientos son instituciones sociales que nos permiten desarrollar formas de subjetividad apropiadas (Despret, 2001).

Estas nociones acerca de la construcción tecnológica y cultural del cuerpo, también nos conducen a una discusión acerca de la humanidad. “Los humanos no parecen como humanos en general, sino como socialmente inscritos, son productos de nuestras interacciones, prácticas y relaciones” (Romero, 2003). Quién está considerado o no humano es producto de un orden social determinado por las relaciones de poder desiguales o distribución desigual de poder y las exclusiones que promueve. A la hora de considerar la aparición, incremento y movilización de un sentimiento de común humanidad hay que tener en cuenta estos planteamientos. Como escribe Romero Bachiller, al igual que el cuerpo, el concepto de

---

<sup>78</sup> “La mimesis es lo que antecede al significado y lo circunscribe, las condiciones materiales para el surgimiento del pensamiento lógico” (Eagleton, 2007).



humanidad también tiene un carácter relacional y actuado, definido por la posición que cada sujeto ocupa en un orden socio-técnico particular.

### 3.6 La experiencia como lugar

Todas estas reflexiones sobre el cuerpo y la expresión emocional están vinculadas a una preocupación por la experiencia como lugar. Esta tesis intenta describir un tipo de experiencia cultural específica, la experiencia solidaria y con este objetivo, explicitaremos en las siguientes líneas qué concepto de experiencia estamos manejando hasta el momento.

La experiencia ocupa un lugar fundamental en los textos masivos, como la publicidad, por ejemplo. Parece ya un lugar común afirmar que la publicidad, como objeto de consumo o producto cultural, ha desplazado su centro desde un modelo representacional clásico hacia un modelo experiencial, en el que los mecanismos icónicos han cedido prioridad a los mecanismos indiciales.

Uno de los modelos publicitarios hoy hegemónicos es aquel que remite al marco de experiencias compartidas, movilizándolo para ello, sobre todo, las emociones y sentimientos asociados a dicha experiencia. Estos textos “experienciales”, dotados de un alto grado de indicialidad, señalan a la vida cotidiana, como vida compartida, sea ésta realmente experimentada o imaginada como común e idiosincrásica de nuestro mundo y vivencia. Podríamos considerar estas representaciones experienciales como simulacros de las estructuras de sentimiento cuya dimensión comunicacional trata de transmitir tales experiencias como efectivamente vividas. Pero yendo más allá, el “marketing experiencial” crea experiencias *ex nihilo* para los destinatarios o, incluso, se reapropia para la marca experiencias de otro orden no comercial: sociales, deportivas, etc.<sup>79</sup>. La producción de experiencias, a través del marketing, también tiene su espacio en el marketing social aplicado al terreno de la solidaridad, desde los eventos festivos, hasta los viajes para conocer a los otros necesitados y el trabajo de las ONGD, llaman a vivir una experiencia solidaria. ¿A qué tipo de experiencia remiten estos fenómenos? ¿Qué es la experiencia en el marco de la cultura masiva?

---

<sup>79</sup> Uno de los ejemplos recientes ha sido la reapropiación por parte de la Cadena Cuatro de Televisión de la experiencia del fútbol en la Eurocopa, en la que aglutinó valores y emociones, que, por supuesto, traspasaban lo puramente deportivo para imbricarse con la cuestión de la pertenencia nacional.

La experiencia precisa de categorizaciones para existir. No existe un único modelo de experiencia y su definición está delimitada por la matriz cultural que ésta tiene por referencia. Nuestra hipótesis central respecto a esta noción es que la experiencia no constituye un fenómeno de contacto inmediato con el mundo, sino que implica un proceso de mediación semiótica. “La experiencia no refleja de forma transparente una realidad dada de antemano, sino que es, en sí misma, una construcción cultural. De hecho, la «experiencia» es un proceso de significación que constituye la misma condición de posibilidad de la constitución de lo que llamamos «realidad». De aquí la necesidad de re-enfatizar la noción de experiencia no como guía inmediata a la «verdad» sino como una práctica de significación tanto simbólica como narrativa; como una lucha por las condiciones materiales y los significados” (Brah, 2004:121). También De Lauretis nos habla de la experiencia como “un proceso continuo por el cual se construye semiótica e históricamente la subjetividad” de todos los seres sociales. “A través de ese proceso uno se coloca a sí mismo o se ve colocado en la realidad social, y con ello percibe y aprehende como algo subjetivo (referido a uno mismo u originado en él) esas relaciones materiales, económicas e interpersonales que son de hecho sociales y, en una perspectiva más amplia, históricas” (De Lauretis, 1993: 253). Y esta experiencia, dice la autora, se produce mediante el compromiso personal, subjetivo, en las actividades, discursos e instituciones que dotan de importancia a los acontecimientos del mundo.

De esta forma, la experiencia, dice Brah, además del espacio de mediación con la realidad, es el lugar de formación del sujeto. Y esta condición mediada de lo experiencial la convierte, en opinión de la autora, en un lugar de cuestionamiento, esto es: “un espacio discursivo donde se inscriben, reiteran o repudian posiciones de sujeto, subjetividades diferentes y diferenciales” (Brah, 2004:122). Un lugar para la intervención y reapropiación de lo social en sus términos más amplios.

Nos interesa el proceso de conformación experiencial referido a un fragmento de la experiencia social, es decir, a una experiencia concreta delimitada por una formación discursiva, en este caso, la de la solidaridad. El funcionamiento de dicha formación implica la existencia previa y la consolidación o creación posterior de una serie de hábitos, tanto cognitivos, representacionales, como afectivos, etc. que determinan la naturaleza de la experiencia considerada.

En el marco de la formación discursiva se pone en funcionamiento el proceso de semiosis, de interpretación de los signos que la componen. A lo largo de este proceso de interpretación emerge otro proceso paralelo de individuación; puesto que es en el espacio semiótico de la

conexión donde las unidades culturales compartidas se traducen e incorporan al sujeto. La semiosis social implica una encarnación, según el modelo de *embodiment* al que hemos hecho referencia, que presupone su existencia en sujetos colectivos, prácticas e instituciones, así como, en sujetos particulares que actúan, toman decisiones y se implican corporalmente en lo social. Como escribe De Lauretis: “Al usar o recibir signos, producimos interpretaciones. Sus efectos de significado deben pasar a través de cada uno de nosotros, antes de poder producir un efecto o una acción sobre el mundo. El hábito del individuo como producción semiótica es tanto el resultado como la condición de la producción social del significado.” (De Lauretis, 1993:282).

Los individuos experimentan las prácticas sociales en las que están involucrados; el propio proceso comunicativo, por ejemplo, en la recepción e interpretación de un texto compromete al cuerpo, lo implica.

La experiencia es, por tanto, la mediación semiótica entre la realidad social –efectivamente percibida– y el sujeto. “La semiosis especifica la determinación mutua del significado, la percepción y la experiencia, relación compleja de efectos recíprocamente constitutivos entre el sujeto y la realidad social, que en el sujeto entraña una continua modificación de la conciencia: siendo a la vez esa conciencia la condición del cambio social. En segundo lugar, el concepto de semiosis depende *teóricamente* de la relación íntima entre la subjetividad y la práctica” (De Lauretis, 1993: 291). Desde estos presupuestos abordaremos la experiencia emocional como hábito y describiremos el fenómeno de la experiencia cultural solidaria.

### 3.7 La emoción como hábito y creencia: Charles Sander Peirce

En este apartado nos vamos a referir en particular a interpretación que David Savan (1981) hace de una posible teoría de las emociones en la obra de Peirce. La revisión de Savan de la obra peirciana ilumina tanto el aspecto normativo de las emociones como su fuerza creadora. Peirce no dejó escrita ninguna teoría explícita sobre las emociones, por lo que el recorrido de Savan se basa en una interpretación propia y se fundamenta en el análisis de varios artículos<sup>80</sup>.

---

<sup>80</sup>Savan menciona las siguientes fuentes para su estudio: “Algunas consecuencias de cuatro incapacidades” (CP 5.264-317, 1868); “La fijación de la creencia” (CP 5.358-387, 1877); “Cómo esclarecer

Tal vez ciertas posiciones de Peirce sobre la emoción estarían muy distantes de lo que Savan propone y de lo que posteriormente nosotros interpretamos a la luz de nuestros intereses; sin embargo, creemos que su lectura es útil y que no traiciona el espíritu general de la obra peirciana.

Según Savan, los pilares para elaborar una teoría de las emociones en Peirce son, en primer lugar, la diferencia entre emociones (*emotions*) y sentimientos inmediatos (*immediate feelings*). Y en segundo lugar, la tensión entre la creencia y la duda y la hipótesis sobre la ciencia y la comunidad científica como motor de progreso social.

En términos generales, Savan sostiene que dentro de la teoría peirciana tiene cabida la interpretación de la emoción como un signo, es decir, que las emociones son espacios de mediación semiótica. Su planteamiento se basa en que las emociones no son cualidades de un sentimiento inmediato; emoción y sentimiento inmediato constituyen –como hemos dicho– dos entidades diferentes, porque “salvo que sepa de que estoy asustado, no me puedo sentir asustado” (1981:321-323) y esta distinción no la puede llevar a cabo por sí solo el sentimiento inmediato. Las emociones tampoco son las ocurrencias de los sentimientos, porque son recurrentes y están dotadas de cierto grado de identidad y eso sólo puede suceder si las emociones están representadas, es decir, si son un signo que existe a través de sus instancias repetidas. Otro de los argumentos mencionados es que las emociones siempre se predicen en relación a un sujeto, están dotadas de una exterioridad que permite aprehenderlas mediante un proceso de mimesis y configuran patrones dotados de una temporalidad reconocible, por lo que, aunque no puedan conformar un sistema completo de explicación, sí se les pueden atribuir ciertas características como ley.

Desde ahí, Savan atribuye a Peirce una perspectiva cognitivista sobre la emoción, ya que vincula ésta a hábitos, juicios y evaluaciones. No obstante, la categorización triádica de la emoción, como todo el sistema peirciano, permite considerar sus aportaciones en un marco más amplio que los elaborados por los enfoques cognitivistas convencionales.

Como hemos adelantado, este desarrollo de las emociones como signos guarda relación con la concepción de Peirce sobre el pensamiento lógico y la comunidad científica como modelo para el avance de la sociedad. Dentro de este marco, la emoción se ubica, específicamente, en el

---

nuestras ideas” (CP 5.388-410,1878); “Fundamentos de la validez de las leyes de la lógica” (CP 5318-357, 1869); “La doctrina de las posibilidades” (CP 2645-660,1878) y “Amor evolutivo” (CP 6.287-317,1893), de todos ellos se puede encontrar una traducción al español en la página del Grupo de Estudios Peircianos(<http://www.unav.es/gep/>). A los escritos anteriores se une “A Survey of Pragmaticism” (CP 5.464-496).

espacio de tensión que se genera entre la calma de la creencia –la base de los valores en una sociedad- y la interrupción que emerge al aparecer la duda<sup>81</sup>. Peirce estaba convencido de que la ciencia no dependía de nada más que de la lucha para escapar de la duda, un proceso que comienza con la emoción y se termina con la acción (CP 5.655). La duda es una emoción catalizadora que en la propuesta peirciana, más que estar relacionada con el anhelo por conocer, como en Spinoza, lo está con lo que el autor denomina amor evolutivo, una emoción cercana a la noción de ágape cristiano.

El ágape será un elemento consustancial a la estructura de sentimiento que analizamos en este trabajo, puesto que está imbricado con la noción de compasión y solidaridad que se maneja tanto en la cultura moderna como en la contemporánea. Además está presente, por una parte, como presupuesto en ciertos discursos mediáticos y por otra, es un concepto fundamental en trabajos teóricos sobre ética y moral que nos han servido de guía (Levinas, Ricoeur, Boltanski).

El punto de partida de esta teoría de las emociones es la existencia de un estado de calma como situación deseable. Según Peirce, el ser humano persigue y, por tanto, prefiere habitar en un estado de calma, de seguridad y creencia antes que en un estado de caos, confusión y duda. Este principio aparece en otros autores, si bien aludiendo a cuestiones diferentes<sup>82</sup>.

---

<sup>81</sup> Según Cornel West (2008), Peirce, lejos de aplicar su modelo de investigación científica a todas las facetas de la vida de un individuo y de la sociedad, creía que el dogma era algo inevitable en las acciones vitales humanas, fueran morales o políticas. Peirce afirmaba al respecto: “el conocimiento teórico puro, o ciencia, no dice nada que sea directamente aplicable a cuestiones prácticas, y nada que siquiera resulte aplicable a las crisis vitales. La teoría se puede aplicar a pequeños asuntos prácticos pero las cuestiones de importancia vital han de quedar en el campo del sentimiento, es decir, del instinto. (...) Confieso que el sentimentalismo conservador que he definido se presenta a mi forma de ver como algo profundamente cuerdo y sano. Aunque sea indudablemente aconsejable razonar las cosas en detalle, me parece algo necio y despreciable permitir que los meros razonamientos y el orgullo de la razón intimiden el sentimentalismo normal y varonil que debería estar en el fundamento de toda nuestra conducta” (Citado por West, 2008:87-88). En sus escritos dirá que ante una crisis vital la razón se pone de rodillas para suplicar que el instinto la socorra. Peirce defiende la funcionalidad de la estructura de sentimiento estabilizada como criterio para la acción vital, porque estamos ante la fijación de una creencia como soporte de un estado de bienestar y calma para los sujetos. No sorprende que esta idea sobre el sentimiento ligada al dogma, fuertemente arraigado en la religión cristiana, esté concebido como normal y varonil.

<sup>82</sup> En la reflexión sobre la relación entre la filosofía moral y las emociones aparece otro sentido del término calma, sosiego, que actúa a otro nivel, no tanto como hábito sino como tono. Hutscheon nos habla de las pasiones calmadas (*calm passions*) aquellas que van acompañadas de cierta reflexión o Smith de la importancia del ser temperado, “el decoro de toda pasión deberá descansar en una cierta medianía” (Smith, 1978:68). Esta otra vía de reflexión acerca de la relación entre calma y emoción proviene de la tradición histórica estoica que preside todo tratado moral, en opinión de Seoane (2004:21-30) fundamentalmente a partir de la recuperación que hace la Ilustración dieciochesca de esta filosofía.

Empezamos recordando la definición de creencia en Peirce, en el texto “Como esclarecer nuestras ideas”<sup>83</sup>: “Es la semicadencia que cierra una frase musical en la sinfonía de nuestra vida intelectual. Hemos visto que tiene justamente tres propiedades: primero, es algo de lo que nos percatamos; segundo, apacigua la irritación de la duda, y, tercero, involucra el asentamiento de una regla de acción en nuestra naturaleza, o dicho brevemente, de un *hábito*” (CP 5.398, 1878). Y lo que el hábito es depende de *cuándo* y *cómo* nos mueve a actuar. En el desarrollo de las emociones estarán implicadas estas tres funciones:

⊙ La emoción es un proceso reflexivo que afecta a la mente y el cuerpo, como hemos visto a través de los trabajos de Damasio al comienzo de este capítulo.

⊙ La emoción se ubica en el espacio de frontera y en el tiempo de transición provocado por la disrupción en la creencia.

⊙ Las emociones están vinculadas al establecimiento de un hábito. Precisamente, la disposición para la acción está en la base de la distinción entre emociones vitales y ficticias. Desde el punto de vista peirciano, la creencia es un estado calmo y satisfactorio que no deseamos cambiar o evitar. “El hombre siente que sólo se encontrará plenamente satisfecho si se adhiere sin vacilar a su creencia. Y no puede negarse que una fe firme e inamovible depara una gran paz mental” (CP 5.378, 1877). Por el contrario, “la duda es un estado de inquietud e insatisfacción del que luchamos por liberarnos y pasar a un estado de creencia” (CP 5.373, 1877).

Conviene recordar que Peirce analizó siempre los fenómenos semióticos en términos de procesos y dinámicas constantes, eso implica que aunque la creencia nos resulte preferible no significa que condicione por completo nuestra forma de actuar, sino que nos otorga más bien una disposición para actuar, dada cierta ocasión y de determinada forma. Por otro lado, esta disposición para actuar estará condicionada por la tensión establecida con el estado de duda. Precisamente, la irrupción de la duda en un estado previo de calma y paz -de creencia- excita las emociones al poner en marcha la acción del pensamiento. La duda cataliza un proceso de indagación que finalizará con la fijación de una nueva creencia<sup>84</sup>.

El carácter arrollador de la emoción forma parte de toda nuestra tradición cultural, de la misma manera que la posibilidad y necesidad de controlarla. Este carácter confuso y

<sup>83</sup> Los textos de Peirce se han obtenido de las versiones electrónicas que han dispuesto en su página web el Grupo de Estudios Peircianos de la Universidad de Navarra, (<http://www.unav.es/gep/>) los artículos “La fijación de la creencia” y “Cómo esclarecer nuestras ideas” a la traducción de José Vericat (1988) *El hombre un signo*,

<sup>84</sup> “La irritación de la duda excita la acción del pensamiento, que cesa cuando se alcanza la creencia; de modo que la sola función del pensamiento es la producción de la creencia” (CP 5.394, 1878).

(des)controlado aparece en las distintas nociones que configuran el campo: pasión, emoción y sentimiento. Esta distinción entre emociones controladas y desbordadas, como analizaremos, será traducida de forma peculiar en el marco de la estructura de sentimiento hegemónica en nuestro mundo, fundamentalmente, en relación a la tópica sentimentalista y el debate sobre la autenticidad de las emociones, juzgadas a partir de su manifestación.

La idea que está detrás del proceso de fijación de la creencia es que la intensidad afectiva aumenta en los procesos de transición, en la traducción de un estado a otro, de un régimen a otro. Damasio, en su obra *En busca de Spinoza* (2005), desarrolla un argumento parecido aplicado a un objeto diferente: las operaciones neuronales desarrolladas por el mecanismo de la emoción.

Según Damasio, los seres humanos regulamos nuestro organismo gracias a la producción de emociones “de fondo”. Las emociones de fondo son un mecanismo que nos permite tener un mapa que cartografía el estado general del organismo, su tono vital, que puede ir desde el bienestar hasta el malestar. Esta situación de fondo tiene como resultado la configuración de nuestro estado de ánimo, pero además tienen una función reguladora, ya que al contrastar con el tono vital –la emoción de fondo–, emergen otro tipo de emociones más complejas y sentimientos que modificarán nuestro estado general. Metafóricamente estaríamos hablando de dos procesos que se estructuran a la manera de la teoría de la representación de la Gestalt, es decir, estableciendo un fondo y una figura, en cuya relación se disparan los procesos de sentido que, en este caso, son los procesos de la emoción.

En relación a lo anterior, Savan afirma que, dado que todo signo debe estar corporeizado (*embodied*), el signo-emoción puede estar corporeizado en el sistema nervioso y en los sentimientos inmediatos de un ser humano. En este sentido, los sentimientos inmediatos (lo que Damasio llama emociones de fondo) son las cualidades no cognitivas y no representacionales de las emociones (Savan, 1981:323), que sirven de base para el espacio semiótico de la emoción.

El recorrido de una emoción sería el siguiente: los sujetos desean y persiguen estados de paz, de calma en la creencia y el cambio en este estado irrumpe con la aparición del conflicto, de la oposición, situación en la que la duda opera como interpretante dinámico para la emoción. Savan (1981:327) mantiene que la duda como experiencia intrusa provoca la ruptura de la

emoción simpatética<sup>85</sup>, del hábito y de los modos de comportamiento ordinarios, y que esta turbulencia reclama la atención del sujeto, es decir, precisa nuestra energía al haber provocado una disrupción. Como explica Spinoza, esta emoción implicará a la mente y al espíritu, tanto como al cuerpo, en un proceso que se demuestra imperativo en su dinámica<sup>86</sup>.

Aunque hemos desechado la centralidad del juicio cognitivo como eje explicativo suficiente de la emoción, eso no significa descartar la dimensión de enjuiciamiento valorativa o axiológica intrínseca a lo emocional. Es decir, las emociones están cargadas de valoraciones, comportan una norma y, en este sentido, según el esquema del signo peirciano la emoción puede considerarse una terceridad, una convención, no sólo por su juicio de valor, sino porque, como hemos dicho más arriba, presuponen cierta disposición para la acción. Esta dimensión de la emoción como terceridad o hábito es la que interesa a esta investigación. No obstante, la emoción también responde a una categorización triádica, –primeridad, segundidad y terceridad–, partiendo de las emociones primarias –reacciones emocionales básicas, automáticas e instintivas, aunque modulables a través del aprendizaje–, pasa por las emociones morales, para concluir en la terceridad que Peirce ubica con los sentimientos lógicos. Las características concretas de cada una de ellas (Figura 12), según Savan, son las siguientes:

© Primeridad<sup>87</sup>:

Las emociones naturales son espontáneas, inmediatas y sin análisis, asociadas a los instintos fundamentales de reproducción y alimentación. Savan (1981:330-331) incluye en esta categoría: la rabia, la repulsión<sup>88</sup>, el miedo, la felicidad al contacto del cuerpo caliente o el dolor frente a la pérdida. Son emociones en las que, en principio, no interviene el aprendizaje

---

<sup>85</sup> Peirce se refiere a la emoción simpatética en el texto *Amor evolutivo*, (CP 6.287-317, 1893) como una emoción agápica, es decir, vinculada a la continuidad y el desarrollo del pensamiento en el que gracias al amor evolutivo las ideas singulares se vinculan en el espacio de la comunidad de intérpretes.

<sup>86</sup> La dimensión corporal será un aspecto fundamental en el estudio de las emociones, tanto en la interpretación de su dimensión propiamente experiencial, como representacional. Por ejemplo, Damasio cuenta cómo la tristeza es una emoción que va acompañada de un repertorio de expresiones corporales bien determinadas, y cómo este mismo repertorio de gestos puede disparar al unísono o, paulatinamente, los pensamientos negativos que acompañan a la aparición del sentimiento de tristeza (Damasio, 2006:70-71).

<sup>87</sup> La primeridad es: “el modo de ser de aquello que es tal como es, de manera positiva y sin referencia a ninguna otra cosa” (Citado por Castañares, 1994: 126).

<sup>88</sup> La indagación sobre el mostrará cómo estas dimensiones dibujan fronteras muy inestables, porque siendo una de las emociones más ligadas a lo corporal instintivo se reconoce en ella un fuerte componente social y se puede hablar además del asco moral ligado al desprecio (Miller, 1998; Elías, 1987).



ni el acondicionamiento, sino el instinto. Tienen como finalidad la búsqueda de la seguridad, el reposo y el estado de satisfacción no amenazado.

☉ Segundidad<sup>89</sup>:

Las emociones sociales o morales son emociones reales adquiridas a través de la experiencia social (Savan, 1981:331), están definidas por contraste con respecto a las emociones naturales, porque todas ellas implican la ruptura del estado de calma propio de la primeridad, como por ejemplo:

- Cólera e indignación
- Irritación y resentimiento
- Afecto y benevolencia
- Disgusto y desprecio
- Miedo y culpabilidad
- Placer y orgullo

Estas emociones presuponen una norma moral, están guiadas por un interpretante práctico<sup>90</sup> y mantienen, como decimos, una relación de dependencia con respecto a las emociones naturales, están entrelazadas y al no emerger de orígenes diversos, forman parte del mismo tiempo de recorrido interpretativo. En el caso de las emociones sociales, la autoridad social externa y la autoridad interna de la conciencia, que transmiten las normas que rigen las emociones morales, tienden ambas a la tranquilidad y a evitar la agitación, es decir, a mantener la continuidad de unos principios de equivalencia, de relación, orden y jerarquía que han sido establecidos en el hábito previo, en la creencia fijada. Estas emociones se adquieren a través de la experiencia y de la participación en relaciones humanas específicas. Así, los pueblos conocen las formas tradicionales tanto por las emociones justas como por las conductas correctas (Savan, 1981:331).

Al tratarse de una experiencia real, producida en el marco de las relaciones humanas, estas normas morales y emocionales no están dotadas de carácter universal, sino que están mediadas por un interpretante dinámico, es decir, están forjadas por las fuerzas históricas y componen una memoria que varía de sociedad a sociedad y de época en época. Por esta

<sup>89</sup> La segundidad es: “el modo de ser de aquello que es tal como es, con respecto a una segunda cosa, pero con exclusión de toda tercera” (Citado por Castañares, 1994: 127).

<sup>90</sup> El interpretante práctico o dinámico es “desde el punto de vista del emisor, el efecto que se propone producir por medio del signo, y, desde el punto de vista del intérprete, el efecto realmente producido. Al ser algo real y propio de cada caso, puede distinguirse en cada individuo” (Citado por Castañares, 1994: 137).

razón, los objetos de las emociones morales deben ser adquiridos e identificados en cuanto existentes, concretos y actuales, independientemente de su cualidad emotiva<sup>91</sup>.

Estos presupuestos nos ayudarán en el momento en que debamos abordar el análisis de los objetos de la emoción en cuanto estímulos emocionalmente competentes y nos permitirán concluir que dichos objetos no pueden ser concebidos como universales e inmediatos sino como socialmente contruidos y observar de qué manera éstos participan de la regulación de la emoción, es decir, de la disposición de distancias, relaciones, barreras, intensidades, ritmos, tonos, etc. Nos referimos a la conformación de la modalidad afectiva a través de las dimensiones de la temporalidad, la aspectualidad, la intensidad, etc. Así pues, según recuerda Savan (1981:331, dado que lo justo y lo injusto varían según cada sociedad, debemos aprender a diferenciarlo a partir de los actos, las funciones, las instituciones específicas. Si los discursos de la solidaridad y de las ONGD funcionan como instituciones discursivas, podríamos considerar estos discursos como uno de los lugares en los que se fijan las nociones de lo justo y lo injusto, lugares de aprendizaje que configuran posiciones hegemónicas en la definición de un orden afectivo y moral.

© Terceridad<sup>92</sup>:

Los “sentimientos lógicos” son aquellos que suponen la intervención de ley, hábito y razón, porque la terceridad introduce la racionalidad y el futuro (Castañares, 1994:128). Los sentimientos lógicos son sistemas estables y ordenados de emociones, que están relacionados sea con una persona, una institución o incluso un método (Savan, 1991:331-332). Los sentimientos lógicos son los medios para fijar las emociones, de la misma forma que existe un medio para fijar la creencia. Nos permiten en cuanto individuos y sociedad convertir la estabilidad –como objetivo- en una norma para criticar, razonar y controlar las emociones. Los sentimientos lógicos son sistemas persistentes cuyo interpretante final<sup>93</sup> es la seguridad de la creencia que, a su vez, asegura la satisfacción de nuestras emociones naturales y morales. A nuestro parecer, los sentimientos lógicos peircianos, conforman una “estructura de sentimiento” institucionalizada o cristalizada.

---

<sup>91</sup> No podemos interpretar una emoción como un signo remático de sus objetos, es decir, como su cualidad esencial, puesto que, como planteamos a través de Spinoza, un mismo objeto puede dar lugar a emociones diversas, según los interpretantes.

<sup>92</sup> Terceridad es: “el modo de ser de aquello que es tal como es, al relacionar una segunda y una tercera cosa entre sí” (Citado por Castañares, 1994: 128).

<sup>93</sup> El interpretante final es: “el efecto que el signo produciría sobre cualquier mente a la que las circunstancias permitieran que el signo ejerciera un efecto pleno” (Castañares, 1994:137).

	Emociones Naturales	Emociones Morales	Sentimientos Lógicos
Fenómeno Social	Alimento Crianza	Experiencia social de la vida moral	Sistemas ordenados de emociones. <i>Estructuras de sentimiento</i>
Emociones tipo	Miedo Repulsión Alegría Sensación de bienestar o pérdida	Indignación Resentimiento Benevolencia Culpa Orgullo	Amor Fe Esperanza <i>Solidaridad</i>
Cualificación de los objetos	Atractivo y repulsivo	Correcto e incorrecto	Conectado o desconectado con la comunidad que le trasciende
Cualidad de la emoción	Lo que da seguridad y lo que perturba	Lo que indica la norma como moral o inmoral	Lo que nos preserva, lo que nos orienta y nos da estabilidad
Modo de aprendizaje	Instinto	Mímesis a través de relaciones sociales	Razonamiento lógico Hipotético, deductivo, inductivo
Método	<b>Instinto</b> A priori	<b>Experiencia</b> Tenacidad Autoridad	<b>Método científico</b> Crítica racional
Objeto dinámico	Placer/Dolor	Norma moral	Mundo socio-afectivo
Interpretante diádico	Gratificante	Práctico	Pragmático
Interpretante final	Gratificación feliz Seguridad, supervivencia	Acción justa Participación en las relaciones humanas	Fijación de la creencia y hábito socio-afectivo Perfeccionamiento del mundo

**Figura 12 Elaboración propia a partir de Savan (1981)**

Por tanto, entendemos que las emociones siempre guardan relación con las normas, con los modelos de referencia de lo que es o no apropiado en un contexto sociocultural dado. Esta conexión entre emociones y aspecto normativo vincula, en la obra peirciana, a las primeras no sólo con la moral, sino también con la argumentación lógica.

Si las emociones se configuran como hábitos de acción y pensamiento, entonces, "es posible comprender y explicar el que alguien tenga una emoción particular en circunstancias específicas, apelando a razones constituidas por un conjunto de creencias y actitudes particulares que, en todos los otros casos en los que concurran una situación y un conjunto de actitudes estructuralmente similares, tenga (racionalmente) que producirse un estado emocional de cierta clase" (Hansberg, 2001:15). Hansberg menciona la existencia de una

racionalidad emotiva, puesto que la emoción impone hábitos que afectan a la actividad inferencial de la interpretación y del sentido. Así mismo, plantea la capacidad de juzgar lo razonable o no de una emoción, y al aludir a un componente cognitivo estaríamos de nuevo en la discusión sobre la naturaleza adecuada o inadecuada de una emoción, es decir, en la cuestión sobre la emocionalidad razonable. Un asunto especialmente interesante y central en el marco de los debates éticos y sobre todo de aquellos que afectan a la educación sentimental y moral. Este es un modelo de educación que en la formación discursiva solidaria se identifica con las actividades de sensibilización.

Como hemos visto, la intensidad emocional emerge en los espacios de frontera y transición<sup>94</sup>. Si la duda es siempre una irritación que perturba la mente, no siempre lo será de la misma forma. La duda promueve la acción emocional pero ésta puede ser débil o enérgica, calmada o turbulenta y afectará, por ello, al proceso de razonamiento “lógico-afectivo”.

Conviene recordar que, tanto la fijación de la creencia como la aparición y efecto de la duda, no son fenómenos de inscripción puramente individual, sino que siempre se insertan en el espacio social que permite a los individuos compartir tanto creencias como sentimientos, configurando con ello comunidades de intérpretes.<sup>95</sup>

Una vez inoculada la duda en el estado de creencia y movilizada la emoción, los sujetos deben procurarse un nuevo estado de calma, una nueva fijación, que, para Peirce, tendrá en la investigación científica su mejor método, aunque no el único, puesto que el sujeto podría recurrir para solventarlo a los *a priori*, la autoridad o la tenacidad, que corresponde correlativamente a las emociones naturales y las emociones morales. La intensidad emocional alcanzada determinará la elección de uno u otro método y ambas guardan relación con el tipo de duda que haya promovido la alteración de la creencia.

Al respecto, Peirce habla de la distancia entre las dudas vitales y las dudas ficticias. En el caso de una duda ficticia no estamos ante un cuestionamiento radical de los principios, tal vez, estamos ante un “como si”, que adquiere la forma de ejercicio; mientras que si sobreviene una

---

<sup>94</sup> Boltanski en su análisis sobre los estados del ágape y la justicia y la relación entre ambos mantiene que “La emoción está ausente de cada uno de los regímenes, cuando estos funcionan a su propio ritmo. (...) eso es lo que significa la referencia a la paz, cualidad intrínsecamente ligada a los estados de ágape, que excluye, por definición, el tumulto inquieto de la emoción. La emoción es aquí el producto no sólo de la conversión de las conductas, asociada a la oscilación de un régimen al otro, sino también de los esfuerzos realizados para permanecer, el mayor tiempo posible, lo más cerca del eje a partir del cual giran esos dos regímenes, a fin de mantenerlos en contigüidad” (Boltanski, 1990:229).

<sup>95</sup> La comunidad de Peirce es una comunidad de intérpretes, no de carácter identitario y esencialista sino de límites amplios y variables.

duda vital estamos ante un cuestionamiento radical que impedirá el retorno al punto de partida y el sujeto se verá obligado a desplazar su creencia.

La diferencia entre dudas vitales y ficticias aparece en el análisis del discurso, frecuentemente asociada a la distinción entre emociones reales y ficticias, es decir, aquellas que tienen como estímulo o como interpretante una experiencia definida como real o inmediata y aquellas que son producto de una experiencia mediada y, más aún, masiva.

En la contemplación del sufrimiento esta categorización adquiere una relevancia evidente, ya que hay una diferencia esencial entre la situación del sufrimiento en el cara a cara y la contemplación de esa misma escena a través de la mediación textual. Pero hay que considerar también otra diferencia y es la que se da con respecto a la contemplación del sufrimiento a distancia, se trate de una representación verídica o ficcional.

¿Es la misma emoción la que se siente al ver una película que trate sobre el hambre, la experiencia de los refugiados, las violaciones de derechos humanos o al ver las noticias televisivas? ¿Qué relación existe entre la emoción que produce un documental sobre las desigualdades y la publicidad de una ONGD? ¿Qué vínculo podemos establecer entre éstas y la reacción emocional frente al dolor ajeno en el contexto de una experiencia no mediada?

Este debate está recogido en Boltanski (2000) quien adopta la distinción entre emociones reales y emociones ficticias de la obra de Bijoy Boruah. El planteamiento sobre las emociones que sigue Boruah es, como veremos con detalle a través de la obra de Nussbaum, de tipo cognitivo. Este enfoque da cuenta de los juicios cognitivos y creencias que se hallan en la base de la emoción, con el objetivo de determinar cuales son los componentes básicos que organizan dicha creencia y describir, además, la situación que desencadena la emoción<sup>96</sup>.

Boruah, para efectuar la distinción entre las emociones producidas por una experiencia “real” y por una “ficcional”, recurre a la diferenciación en el nivel de las creencias. Las creencias valorativas generales sostienen los juicios sobre objetos sometidos a descripciones determinadas, mientras que las creencias existenciales lo hacen sobre la existencia misma del sujeto (Boltanski, 2000:240).

Según Boltanski, en las emociones ficticias se activan las creencias valorativas, ya que la imaginación suplanta la carencia de creencias existenciales. Este ejercicio de sustitución es el que permite, según entiende Boltanski a Boruah, considerar las emociones ficticias como no impostadas, sino auténticas.

---

<sup>96</sup> El concepto empleado por Boruah es el de *eliciting situation* que tiene un sentido similar al de Estímulo Emocionalmente Competente en Damasio.

Conformadas por creencias valorativas y existenciales, las emociones se conectan con las disposiciones para la acción. Las emociones están cargadas de la intención de actuar, orientadas hacia la acción, es decir, hacia el cambio de una situación (Boltanski, 2000:241). Y el mantenimiento de las mismas creencias valorativas, tanto en la ficción como en la realidad, da cuenta de la continuidad existente entre las emociones reales y ficticias, entre las que tienen como estímulo competente el entorno inmediato o la instancia de mediación. Por ello, el criterio de definición preponderante para la distinción entre emociones reales y ficticias no procede del estímulo<sup>97</sup> que desata la emoción, sino de la disposición a la acción subsiguiente, es decir, de los efectos pragmáticos de la emoción. Se asume, por tanto, como real todo aquello sobre lo que se tiene capacidad de acción o disposición a la misma, lo que nos conduce de la reflexión sobre el fundamento de la emoción hasta la discusión sobre las posibilidades de la acción.

Hay varias cuestiones discutibles en el planteamiento que acabamos de exponer:

⊙ El trabajo de la representación no es sustitutivo con respecto a las creencias existenciales sino constitutivo. Este punto responde a una definición de la imaginación representacional distinta de la que sostiene Boltanski y que señalamos al definir en el marco teórico el concepto de tópica discursiva.

⊙ La evaluación cognitiva es insuficiente a la hora de explicar el mecanismo emocional frente a la ficción. Otras propuestas, como la de la inmersión del receptor en la ficción, de Schaeffer (2002), ofrecen una explicación más completa. Según Schaeffer, las narraciones de ficción además de ofrecer modelos cognitivos con los que orientarnos, favorecen procesos de inmersión mimética del receptor en los universos ficcionales que conforman. Esta inmersión ficcional sería homóloga a la que tiene lugar en los procesos de identificación en el contexto de los universos reales cotidianos. Por tanto, también según este modelo, la distinción entre real y ficticio no proviene de la naturaleza representacional, es decir, del estatuto de verdad de las representaciones, sino que depende del propio juego de inmersión, de las distancias, barreras y posicionamientos que los destinatarios adopten en relación al agenciamiento enunciativo propuesto. La inmersión implica un proceso diferente al de la evaluación cognitiva de Boruah y, en nuestra opinión, más acertado.

---

<sup>97</sup> En los estudios de Antonio Damasio se define el estímulo emocionalmente competente como el “objeto o acontecimiento cuya presencia, real o en rememoración mental, desencadena la emoción.” (Damasio, 2006:55) Es decir, que la emoción no depende para ser real o ficticia del objeto que la desencadena, puesto que este puede tener un estatuto diferente, y como también ha demostrado Peirce, lo ficcional es tan sólo otra manera de lo real.

© La definición de una emoción ficticia como una emoción sin disposición a la acción parece tener una difícil delimitación en términos empíricos.

Regresemos a la división entre dudas vitales y ficticias, emociones reales y ficticias, a través de la *Ética* de Spinoza, quien se encarga de problemas similares a los que estamos observando. Podríamos considerar a Spinoza una especie de pragmatista *avant la lettre*, para quien “a partir de una idea cualquiera dada debe necesariamente seguirse un efecto” (Spinoza, 2004: 195). Una máxima del pragmatismo<sup>98</sup> afirma que nuestra concepción del contenido de una idea es su efecto, así podemos plantear por similitud que el contenido y la característica de una emoción es, en verdad, su efecto. Haciendo uso de un juego de palabras, en el pragmatismo el afecto es el efecto. No hay emoción sin modificación del estado previo del sujeto.

La pasión spinoziana está íntimamente ligada a la acción, puesto que, como dice el autor, “por afectos entiendo las afecciones del cuerpo, por las cuales aumenta o disminuye, es favorecida o perjudicada, la potencia de obrar de ese mismo cuerpo, y entiendo, al mismo tiempo, las ideas de esas afecciones” (Spinoza, 2004:193) Así mismo, en su demostración geométrica de las pasiones, Spinoza liga los afectos a las ideas inadecuadas, es decir, aquellas que no pueden entenderse solas, que no se bastan a sí mismas, mientras las adecuadas sí lo hacen. En nuestra opinión, podría establecerse una similitud entre esta adecuación o inadecuación y la duda y la creencia peircianas, puesto que: “el alma, en cuanto tiene ideas inadecuadas, padece necesariamente ciertas cosas. (...) De aquí se sigue que el alma está sujeta a tantas más pasiones cuantas más ideas inadecuadas tiene, y, por contra, obra tantas más cosas cuantas más ideas adecuadas tiene” (Spinoza, 2004:195). Peirce consideraba, como hemos mencionado, que la creencia y el dogma eran imprescindibles para la acción y éstos eran como las ideas adecuadas de Spinoza: claras y distintas, aunque no en sentido cartesiano. Escribe Peirce a este respecto: “Si se va a aplicar un postulado a la acción, tiene que ser acogido y creído sin reservas. No hay lugar para dudas, que sólo podrán paralizar la acción” (Citado por West, 2008:87).

Junto con la atención de Spinoza a la capacidad de las emociones de hacernos obrar o de ampliar nuestra capacidad para ello, se encuentra su reflexión sobre las emociones valorativas. Boruah consideraba que una emoción implica la existencia de un juicio cognitivo y

<sup>98</sup> “Consideremos qué efectos, que puedan tener concebiblemente repercusiones prácticas, concebimos que tiene el objeto de nuestra concepción. Nuestra concepción de estos efectos es pues el todo de nuestra concepción del objeto” (Peirce, CP 5404, 1878)

es éste el que promueve la emoción, su intensidad e inserción en el universo axiológico y afectivo del sujeto. Sin embargo, en nuestra opinión como procuraremos mostrar, este enfoque cognitivista es restrictivo y en esa misma dirección apunta Spinoza: “Así pues, queda claro, en virtud de todo esto, que nosotros no intentamos, queremos, apetecemos ni deseamos algo porque lo juzguemos bueno, sino que, al contrario, juzgamos algo bueno porque lo intentamos, lo queremos, apetecemos y deseamos”(Spinoza, 2004:206) Y el origen de lo que deseamos y apetecemos, es decir, el origen mismo de los afectos es múltiple ya que, en su proposición XVIII Spinoza escribe: “El hombre es afectado por la imagen de una cosa pretérita o futura con el mismo afecto de alegría o tristeza que por la imagen de una cosa presente” (Spinoza, 2004:214). A lo largo de la parte III de la *Ética*, Spinoza elaborará un catálogo exhaustivo de las situaciones generadas por el trabajo de la imaginación en relación a los afectos, una cuestión que en la sociedad actual derivaría en la reflexión sobre los efectos de la mediación en la construcción de los afectos.

Dado que hablaremos detenidamente sobre el papel de la imaginación, la mediación y los sentimientos morales en el apartado dedicado a Adam Smith, añadiremos tan sólo a estas aportaciones spinozianas la proposición LI: “Hombres distintos pueden ser afectados de distintas maneras por un solo y mismo objeto, y un solo y mismo hombre puede, en tiempos distintos, ser afectado de distintas maneras por un solo y mismo objeto” (Spinoza, 2004:251). Esta proposición nos sirve para recordar la importancia de la mediación y las representaciones en el desarrollo afectivo de los sujetos.

Las dudas vitales y ficticias en Peirce se diferencian, como hemos visto, no por su origen sino por sus efectos. Cuando se produce una duda vital no hay posibilidad de retorno a la creencia en los mismos términos de partida. Esta es un tipo de duda que provoca una emoción cuyos efectos son la transformación del sujeto y su creencia. Mientras que cuando tiene lugar una duda ficticia, no se produce un cuestionamiento real y radical de la creencia, por lo que tras actuar esta especie de simulacro, es posible retornar al lugar de la creencia. Al igual que sucede con las teorías de la performatividad contemporánea, todo cambio sea cual sea su origen, duración e intensidad, promueve un desplazamiento de la norma, sin embargo, éste no siempre tiene porqué ser perceptible socialmente y tampoco tiene porqué suponer una transformación cualitativa, sino que, en el experimento ficcional, puede implicar el reforzamiento o la cristalización de la norma de partida.

Las emociones generadas a partir de la inoculación de la duda en la creencia pueden producir un nuevo hábito o reforzar el existente. Por ello, si la duda posee dos vertientes también las



posee la emoción. La emoción ficticia, como planteaba también Boltanski, es un simulacro que puede ser controlado a través de la voluntad; el ejemplo tradicional es la emoción actuada por los actores teatrales; es el espacio de las emociones “ficcionalizadas”. Mientras que la emoción vital o real es, según Savan (1981:327), una condición afectiva en la que la fuerza e intensidad de la emoción escapa a nuestro control y voluntad y disturba o, incluso, destruye nuestro equilibrio emotivo interior. Es el tipo de emoción que, en el nivel neurobiológico, logra alterar nuestra emoción de fondo. En otros niveles conseguirá modificar la creencia, la posición de mero espectador, etc.

En su máximo grado la emoción vital es considerada por Peirce como un sentimiento lógico, lo que en nuestro trabajo identificamos como una estructura de sentimiento. Para Peirce, tres sentimientos lógicos forman parte activa del proceso de pensamiento, de la ciencia y el método científico: “Podría parecer extraño que presentara tres sentimientos, a saber, el interés en una comunidad indefinida, el reconocimiento de la posibilidad de que este interés se haga supremo y la esperanza en la ilimitada continuidad de la actividad intelectual, como los requisitos indispensables de la lógica. Sin embargo, cuando consideramos que la lógica depende de una simple lucha por escapar de la duda, que, así como termina en la acción, debe empezar en la emoción, y que, más aún, la única causa del colocarnos en la razón es que otros métodos de escapar a la duda fallan a causa del impulso social, ¿por qué deberíamos asombrarnos de encontrar un sentimiento social presupuesto en el razonamiento? Con respecto a los otros dos sentimientos que encuentro necesarios, sólo lo son como ayudas y complementos de éste. Me interesa el notar que estos tres sentimientos parecen ser bastante parecidos al famoso trío de Caridad, Fe y Esperanza, que en la estimación de San Pablo, son los más excelentes y grandes dones espirituales” (Peirce, CP 2.655, 1878).

En la base de nuestra racionalidad está el sentimiento, que no se desarrolla en la esfera individual sino comunitaria. Peirce defiende que bajo el impulso de este sentimiento lógico puede conseguirse la integración en términos universales<sup>99</sup>. La consecución de estos objetivos se sostiene sobre la fe que Peirce profesa no sólo en la actividad intelectual, sino en el desarrollo de esta en el seno de la comunidad, por eso afirma que la clave para su desarrollo está en “cómo dar nacimiento a aquellas ideas vitales y procreadoras, que se multiplican en

<sup>99</sup> Si bien, desde lugares epistemológicos diversos podríamos relacionar este planteamiento con las ideas de Norbert Elías sobre el desarrollo de una figuración en evolución que nos conduce hacia la idea de humanidad, a través de procesos de interdependencia crecientes entre los sujetos y sus formas de organización, procesos en los que intervienen no sólo mecanismos cognitivos, sino que los afectivos resultan imprescindibles.

miles de formas y se difunden por todos lados, haciendo avanzar la civilización y constituyendo la dignidad del hombre, es este un arte que no ha sido reducido aún a reglas, pero de cuyo secreto la historia de la ciencia aporta algunos indicios” (CP 5410, 1878).

El imperativo para una imaginación teórica es desafiar la creencia establecida, incluyendo en ella sus propias seguridades, emociones, posiciones de privilegio y prejuicios, aunque siempre en la medida en que nuestra posición limitada nos lo permite. “Pero, sobre todo, dice Peirce, que se tenga en cuenta que más saludable que cualquier creencia particular es la integridad de creencia, y que no penetrar en las bases de cualquier creencia por miedo a que puedan aparecer podridas es algo tan inmoral como perjudicial” (CP 5387, 1877).

La propuesta del sentimiento lógico va aún un paso más lejos, porque dicho sentimiento no es puramente formal, sino que guarda relación, como veremos a continuación, con la noción de ágape cristiano.

### 3.7.1 Ágape: sentimiento lógico y modelo sociológico

El amor o ágape es, para Peirce, el sentimiento lógico por excelencia, preside la búsqueda, la procreación y el nacimiento; ordena, clarifica y pone en relación lo singular con lo comunitario, ya que nuestra vida finita siempre trasciende en la comunidad. El agapismo peirciano se basa en la teoría de la continuidad, ésta explica el proceso de semiosis y el porqué de la multiplicación de los signos a través de la relación con sus interpretantes. “La asociación de ideas la realizamos o bien por contigüidad o por bien por semejanza. La contigüidad nos viene impuesta por el poder externo de una realidad que nos determina a ello; la semejanza nos viene dada por un poder interno, “un poder oculto procedente de las profundidades del alma nos fuerza a relacionarlas en nuestros pensamientos” (CP 6.105, 1892) (Citado por Castañares, 2008<sup>100</sup>). La continuidad de la mente permite los procesos abductivos en los que unas ideas quedan vinculadas a otras, o facilita los procesos de integración de lo individual en lo comunitario.

El amor evolutivo peirciano significa además una disposición a sacrificar nuestros propios intereses limitados en favor de los intereses colectivos, una idea totalmente contraria a las doctrinas liberales de tradición smithoniana. Las ideas liberales de la mano invisible y la regulación del mercado sólo tienen una interpretación posible, para Peirce, parecen estar al servicio de un único principio: “Pues bien, la economía política también tiene su fórmula para

---

<sup>100</sup> Se puede consultar el artículo de Castañares en la web del Grupo de Estudios Peirceanos: [www.unav.es/gep/CastanaresUtopia.html](http://www.unav.es/gep/CastanaresUtopia.html)

la redención. Es ésta: la inteligencia al servicio de la avaricia asegura los precios más ajustados, los contratos más justos, la conducta más inteligente en todos los tratos entre los hombres, y guía al *summum bonum*, comida en abundancia y perfecta comodidad. ¿Comida para quién? Bien, para el codicioso maestro de la inteligencia. No quiero decir que esta sea una de las conclusiones legítimas de la economía política, cuyo carácter científico reconozco completamente, sino que el estudio de las doctrinas, en sí mismas verdaderas, a menudo fomentará temporalmente generalizaciones extremadamente falsas, como el estudio de la física ha promovido el *necesitarismo*. Lo que digo entonces, es que la gran atención prestada a las cuestiones económicas durante nuestro siglo ha inducido a una exageración de los efectos beneficiosos de la avaricia y de los resultados desafortunados del sentimiento, hasta que ha resultado en una filosofía que llega inconscientemente a esto, a que la avaricia es el gran agente en la elevación de la raza humana y en la evolución del universo” (CP 6291, 1893).

Esta es una de las cuestiones que atañen a la reflexión sobre la representación del sufrimiento a distancia y la promoción de los valores solidarios: sobre las maneras de construir humanidad, los procesos de integración social y, de alguna forma, retomando una tradición hegeliana<sup>101</sup>, a la reflexión acerca de cómo puede perfeccionarse el mundo y cómo podremos mejorar sus versiones para llegar a crear nuevos mundos<sup>102</sup>.

En búsqueda de esta explicación, Peirce rechaza la defensa del interés propio y del egoísmo y considera que la verdadera fuerza evolutiva reside en el ágape, concebido como una especie de sacrificio realizado por el interés de nuestro objeto de amor, sea éste la ciencia y el progreso u otro ser humano. Además Peirce concibe este amor como un principio lógico<sup>103</sup>. Aunque queda por pensar si el progreso y el avance científico, en último término, habrán de resultar encarnados, porque “el amor no se dirige a abstracciones sino a personas; no a personas que no conocemos, ni a números de personas, sino a nuestros propios seres

<sup>101</sup> No obstante, como resalta Castañares, la referencia hegeliana en Peirce está revisada, ya que este último tiene en cuenta que “la evolución persigue un fin, pero este fin no está determinado rígidamente como supone el anacasticismo hegeliano, sino que tiene que integrar en su seno la espontaneidad y la libertad” (Castañares, 2008).

<sup>102</sup> La relación entre el amor cósmico y la capacidad creativa, bien del mundo, del pensamiento científico o del arte está analizada en Castañares (2008).

<sup>103</sup> “A mi parecer, somos conducidos a esto: que lógicamente la inexorabilidad requiere que nuestros intereses no estén limitados. No deben pararse en nuestro propio destino, sino que deben abarcar a la comunidad entera. Esta comunidad, de nuevo, no debe ser limitada, sino que debe extenderse a todas las razas de seres con los que podemos entrar en una inmediata o mediata relación intelectual. Debe alcanzar, por muy impreciso que sea, más allá de esta era geológica, más allá de todas las fronteras. El que no sacrifique su propia alma para salvar el mundo entero es, así me parece, ilógico en todas sus inferencias, colectivamente. La lógica está enraizada en el principio social” (Peirce, CP 2654, 1878).

queridos, nuestra familia y nuestros vecinos. "Nuestro vecino", recordamos, es aquel del que vivimos cerca, quizás no localmente pero sí en vida y sentimiento" (CP 6289, 1893).

La mención de la teoría del amor evolutivo guarda para nosotros relación con la teoría de la civilización de Elías acerca de la capacidad de perfeccionamiento del ser humano y de la humanidad como conjunto y de la articulación de un *ethos* humanitario. Ambos remiten a un proceso en el que la dimensión afectiva es esencial. Sin embargo, esta nota sobre el agapismo incorpora otras líneas de reflexión en este trabajo, como las que se ocupan de la relación entre el ágape y la justicia, es decir, el orden jurídico y el de la ley; porque, pese a que en la obra de Peirce el ágape sea un modelo de ley y hábito estabilizado y lógico, lo cierto es que en la tradición de las ciencias sociales y, de la cultura en general, la noción de ágape ha sido casi siempre interpretada en confrontación con la de la justicia, porque, habitualmente el estado de ágape suspende las relaciones de equivalencias y comparación de magnitudes que caracterizan a un estado de justicia o equidad.

Aunque pueda parecer hoy extravagante, o bien, un debate de orden religioso, el ágape es una noción que ha estado ligada a las ciencias sociales, no sólo a la teología, y que ha sido activamente negada en el desarrollo de éste área de conocimiento. Su negación responde a lo que De Sousa denominaría la hegemonía de las utopías conservadoras, que procuran destruir las alternativas obstaculizando su capacidad para convertirse en opciones viables. Así, mientras el individualismo económico reificaba un ideal de racionalidad en la optimización de la elección de acuerdo con los intereses, se negaba la posibilidad de otras racionalidades basadas en la idea de ágape, incluso de que los sujetos entrasen en relación estando en dicho estado.

Boltanski (1990:187-206) realiza un repaso de la función del ágape en ciertos autores, como Durkheim, Marx, Marcel Mauss y aventura un modelo por el que dicho concepto podría ser reincorporado a nuestro bagaje teórico y, por supuesto, ético (Boltanski, 1990:207-233). El repaso de la discusión sobre el ágape en la sociología, posteriormente, tiene traducción en la construcción de la formación discursiva de la solidaridad y, dentro de ella, en la articulación de los debates sobre los límites de la compasión y la piedad y sus formas de expresión estabilizadas.

En relación con la construcción del ágape como objeto de las ciencias sociales, los trabajos sobre el don de Mauss son la referencia a partir de la que se inicia la indagación en este ámbito de problemas. Y su carácter paradójico aporta una vía de entrada para la discusión sobre los mismos límites de la relación simpatética o agapística, ya que el don es una forma de

intercambio, pero, para Mauss, se trata de un intercambio que requiere reciprocidad y en este sentido, como apunta Boltanski, estaríamos ante un amor de tipo *philia*, más que ante un amor como ágape, dado que el don agápico debería ser gratuito y no forzar el intercambio. Pero al mismo tiempo, una reducción del don al intercambio, con o sin reciprocidad, respondería a un modelo de análisis –como señala la crítica a Mauss de Levi-Strauss (en Schrift, 1997:7-9)- que no concede a la acción del don todos los niveles de sentido que ésta puede tener, porque el hecho de dar-recibir y devolver no afecta sólo al intercambio de cosas, ya que, recordemos, el ágape afecta fundamentalmente a los sujetos. Por eso, el don es además: “el acto por el cual el hombre se revela para el hombre y por el hombre (...) es a la vez el establecimiento de la diferencia y el descubrimiento de la similitud. (...) La idea de que el don debe ser devuelto supone que el prójimo es otro yo que debe actuar como yo; y ese gesto de retribución me debe confirmar la verdad de mi propio gesto, es decir mi subjetividad. De manera que no se da para recibir; se da para que el otro dé, por lo que los hombres que dan se confirman los unos a otros que no son cosas” (Lefort citado por Boltanski, 1990:201-202).

Veremos en nuestro análisis del discurso cómo se concibe el intercambio, sea filial o agápico, en la solidaridad contemporánea y qué lugar tienen en ello las lógicas del don, como cuestionamiento de la hegemonía del intercambio mercantil en la sociedad de consumo<sup>104</sup>. Marcel Mauss apuntó que la lógica del don no quedaba restringida a las sociedades y culturas primitivas sino que: “Una parte importante de nuestra moral y de nuestra vida se ha estacionado en esa misma atmósfera, mezcla de dones, obligaciones y de libertad. Felizmente no todo está cosificado en términos de compra y venta. Las cosas tienen todavía un valor sentimental además de su valor venal, si hubiera valores que se pudieran clasificar como sólo de este tipo. Tenemos otras morales además de la del mercader; todavía hay gentes y clases que se conservan en las costumbres de otros tiempos, costumbres a las que todos nos sometemos, al menos en algunas épocas o en algunas ocasiones del año” (Mauss citado por Marinas, 2001:163). Quizá Mauss estuviera pensando al escribir esto cómo las lógicas del don tienen, al menos, unos espacios ritualizados y delimitados dentro del contexto de la sociedad de consumo mercantilizada, como eventos solidarios, por ejemplo durante la Navidad o en las catástrofes.

Tampoco hay que olvidar otra de las aportaciones que trae consigo la lógica del don y es qué sucede en un intercambio no correspondido, dado que “los dones que no se devuelven siguen

---

<sup>104</sup> Marinas analiza cuáles son las relaciones posibles en el marco del consumo entre la lógica de la mercancía y la lógica del don (Marinas, 2001:173-177).

transformando en inferior a quien los aceptó, sobre todo, cuando se recibieron sin ánimo de devolverlos” (Maus, citado por Marinas, 2001:163). Una premisa que está presente en las representaciones solidarias de los otros que se inscriben como parte de la cooperación para el desarrollo. Según afirma Leford, Mauss trata de demostrar cómo el don no sólo afecta a un universo de objetos, sino a un sistema de mediación entre sujetos, que establecerán entre sí posiciones y distancias diversas en función de la tensión entre el intercambio y el don y la capacidad o no de reciprocidad mutua. “No se trata de una vinculación coyuntural o pasajera de orden sentimental, sino que afecta a la identidad toda de quienes intercambian. Soy reconocido porque reconozco y en ello me reconozco” (Marinas, 2001:182).

Habremos de preguntarnos ¿qué potencialidad posee el don como estructura de sentimiento? ¿De qué manera está hoy discursivizada como una lógica en los imaginarios compartidos? ¿Qué sucede cuando se funcionaliza la lógica del don como lógica mercantilizada? Si hay o no reciprocidad en un intercambio “gratuito” ¿Qué efectos tiene esto en las relaciones de poder y en el orden de las jerarquías? Si el consumo es complejo, como dice Marinas, es mucho más que ir de compras, el don consumido parece complicarlo un paso más.

Mientras la lógica del don en el contexto mercantilizado de los intercambios ha estado presente en las ciencias sociales, la relación entre el don y el ágape, como decíamos al comienzo, ha sido ignorada. “El ágape posee propiedades singulares, como la preferencia por el presente, el rechazo de la comparación y la equivalencia, el silencio de los deseos y hasta la ausencia de previsión en la interacción, que lo alejan de los modelos en que nuestras disciplinas –la economía, la sociología o la psicología social- se apoyan habitualmente” (Boltanski, 1990:207). Frente a esta situación, el objetivo de Boltanski es realizar un tipo de ejercicio proyectivo: visualizar “la utopía de un mundo en que todos estén inmersos en el estado de ágape, y en tratar de precisar, a título de experiencia mental, el tipo de equilibrio hacia el que podría tender un mundo semejante en caso de que, por lejos que se encuentre de la realidad que conocemos, no sea absurdo” (Boltanski, 1990:: 207).

Esta propuesta nos sirve como recurso interpretativo de los discursos que se analizarán más adelante sobre la compasión y la piedad en la cultura contemporánea, dado que hemos rechazado ubicarnos en otras perspectivas, como las del marketing, el economicismo desarrollista, las corrientes en ciencias políticas que optan por la defensa del Tercer Sector, o bien por un tipo de crítica a estos discursos de raíz nietzscheana que se articule sobre la idea de la mala fe y la falsa compasión. Frente a ellos optamos por un análisis proyectivo y, en

cierto sentido, utópico como el que trata de sistematizar Boltanski sobre los estados de ágape; sin ignorar la dimensión normativa de esta tarea.

Las características principales del estado de ágape son las siguientes (Boltanski, 1990:208-213):

☉ La atención se dirige a cada persona y a los aspectos singulares. La importancia reside en lo que cada persona es como sujeto de manera singular, al margen o más bien, superando las limitaciones de partida que pueda suponer su adscripción a una categoría o grupo de pertenencia, que podría estar anulando dicha singularidad. Las personas en el estado de ágape se encuentran por tanto en un espacio desplazado –descentrado–, es decir, sin el soporte y la seguridad que conceden a todo encuentro los respectivos roles y las categorías previas. Por eso, dice Boltanski que para encontrarse hay que hacer un uso vagabundo del espacio y no encerrarse en los círculos estrechos del supuesto conocimiento recíproco.

☉ Al renunciarse a la prueba, a la comparación de las magnitudes, cada uno puede ser tratado como el más débil al que hay que proteger, o el más fuerte del que se puede recibir. Esta idea está implícita, según Benveniste, en la noción latina de gratuidad: yo concedo así al donatario la gracia de ser quien da. La valoración e importancia de la posición de debilidad, como veremos, queda muy lejos de la idea de donación en la actualidad –que reproduce la lógica de las víctimas como posiciones excesivamente estables o fijadas y en su lugar– y nos acerca a las reflexiones sobre la condición compartida de vulnerabilidad y precariedad (Butler, 2004).

☉ En ausencia del deseo y la necesidad, ausencia que caracteriza al ágape, dar al que nada pide y saber dónde está el límite, cuando la posibilidad del don es ilimitada, reside en el cuidado de sí, en la atención a la importancia de lo vital que hay en cada uno.

☉ Al salir a la búsqueda del otro desde el sí mismo, planteamiento que recoge Ricoeur, la tendencia es la de la igualdad, porque quien más tiene, y cuyas necesidades son por eso más elevadas, da más porque ve las necesidades del beneficiario de sus dones como las suyas propias. Si tienes más, das más por haber recibido más.

☉ La igualdad se ejecuta en el nivel de la satisfacción de las necesidades vitales, puesto que no hay cálculo, ni planificación del porvenir, sólo presente, no hay lugar para las reservas, los intercambios no son para después, sino que son para lo inmediato.

☉ La producción está limitada a lo necesario para cubrir necesidades inmediatas, porque de otra forma se estaría desarrollando una previsión que supone un sacrificio del presente en el futuro y ésta es una dimensión temporal que no tiene cabida en una sociedad regida, en todas sus dimensiones, por el ágape.

© Por todas estas razones, se da en el ágape una preferencia del presente y un rechazo del juicio, lo que implica que nadie totaliza. El reconocimiento sólo está vinculado al sentido de gratitud pero no al de recompensa; puesto que no hay lugar para el juicio retrospectivo. No hay lugar para la estabilización identitaria.

Podríamos resumir la caracterización de Boltanski a través de los siguientes rasgos: singularidad, reciprocidad, cuidado de sí, dependencia, limitación, inmediatez y anonimato.

Si bien parece obligado aceptar que un estado de ágape puro no puede sostener un sistema social, ni dar explicación a la interacción entre sujetos, algunas de sus características son imprescindibles para la ética y, sin duda, rescatables en la definición de regímenes menos utópicos, que se situarían en la tensión entre el ágape y la justicia. Este lugar de tensión puede ser efectivamente analizado, porque, en él cabe el discurso; aspecto que es ajeno al ágape, puesto que el amor cuando habla de sí mismo siempre cae fuera de sí (Boltanski, 1990:214).

Precisamente, el discurso, la necesidad de justificación, es el proceso de transición que nos lleva del estado del ágape, en el que el orden social es inviable, al estado de justicia. En el estado de justicia se funda el orden social y reaparecen las magnitudes y relaciones de equivalencia, junto al discurso. Sin embargo, este estado no debería ser totalmente ajeno a las características del estado agápico, al menos, como formas de modalización y cualificación de la justicia, una cuestión imbricada en la noción de Solidaridad. Por ello, debemos ocuparnos de la discursivización de las emociones, de su representación como hábitos que guían la construcción de los imaginarios sobre el ágape y la justicia.

## 3.8 Las emociones narrativas

“Se aman, se casan para amarse mejor, más convencionalmente, él parte a la guerra, muere en la guerra, ella llora, con emoción, al haberlo amado, al haberlo perdido, ajá. (...)hay un relato para ti, esto tenía que enseñarme cómo es la naturaleza de la emoción, esto es lo que se llama emoción, lo que la emoción puede hacer, dadas las condiciones favorables, lo que el amor puede hacer así es esta emoción, así que esto es la emoción, esto es el amor.”

Samuel Becket, *Molly*

### 3.8.1 Planteamiento

Hemos descrito cómo las emociones y los sentimientos conforman el paisaje de nuestra vida mental y social y hemos defendido que forman parte del sistema de razonamiento ético y son



motivaciones para la elección de los principios de actuación. Si son parte del razonamiento ético es porque, entre otras cosas, contienen juicios cognitivos que permiten su evaluación. Esta idea le permite a Martha Nussbaum plantear la existencia de emociones razonables o inteligentes, un asunto sobre el que reflexionaremos a lo largo de este apartado.

Si las emociones tienen una dimensión cognitiva incorporada a su propia estructura, según Nussbaum, podríamos considerarlas partes inteligentes de nuestro instrumental ético, y admitir que intervienen en el trabajo de deliberación y son fundamentales para su terminación (Nussbaum, 2005:91). Para la autora, la creencia es el “cimiento” de la emoción, su parte constitutiva<sup>105</sup> y la modificación de las emociones depende de la modificación de la creencia, por tanto, éstas podrán ser evaluadas como racionales o irracionales, útiles o nocivas, verdaderas o falsas<sup>106</sup>. Si la emoción incluye un juicio de valor, dicho juicio no es sobre cualquier objeto sino, como dice Greimas, sobre un objeto que, trasladado al espacio fórico, es decir, sometido a los vectores de atracción o repulsión que dominan el sentir, se convierte en valioso e importante.

Pese a la importancia que otorga a la dimensión cognitiva de las emociones, Nussbaum no cuestiona el aprendizaje mimético de las mismas, admite que las emociones se aprenden mediante la exposición, temprana y habitual, a complejas formas de vida social y no, mayoritariamente, mediante recursos argumentativos de naturaleza cognitiva. Es decir, respecto al aprendizaje de las emociones, son las interacciones, las relaciones intersubjetivas las que proporcionan paradigmas de emoción y enseñan categorías cognitivas que subyacen a la experiencia de lo afectivo.

La teoría cognitivo-evaluadora de las emociones en Nussbaum nos resulta útil para explicar el papel de las normas sociales en la conformación del repertorio emocional, como ya nos sucedía con la propuesta peirciana de concebir la emoción como hábito. El trabajo de Nussbaum complementa lo dicho hasta el momento, incorporando la dimensión narrativa como esencial para la cristalización de las emociones sociales. Su perspectiva es la siguiente:

<sup>105</sup> La crítica al desarrollo de la teoría de las emociones en Nussbaum puede plantearse en varios puntos, de los que no nos ocuparemos aquí. En primer lugar, porque presta poca atención a los componentes no cognitivos de la emoción, tampoco trabaja acerca de los patrones corporeizados de la emoción, esto es, sobre la gestualidad. Y por último, no incorpora perspectivas como los planteamientos psicoanalíticos, en los que la lógica del inconsciente tiene una importantísima presencia, en relación al desarrollo que supera lo puramente cognitivo y consciente.

<sup>106</sup> Es difícil aceptar sin dudas la propuesta de control racional de las emociones, ya que aunque se realice una evaluación cognitiva del contenido de una creencia emocional eso no significa que la emoción en nosotros desaparezca, aunque se comprenda que es una creencia irracional -o poco razonable- en el nivel consciente.

“Las emociones no son sentimientos que brotan en nuestra persona de forma natural y no tutelada por nosotros, no son, en realidad, ni personales ni naturales; las emociones son, en cambio, artilugios, construcciones sociales. Aprendemos cómo sentir, y aprendemos nuestro repertorio emocional. Aprendemos las emociones igual que aprendemos nuestras creencias: de nuestra sociedad. Pero las emociones, a diferencia de muchas de nuestras creencias, no nos las enseñan directamente por medio de afirmaciones proposicionales, abstractas o concretas, sobre el mundo. Nos las enseñan, sobre todo, mediante relatos. Los relatos expresan su estructura y nos enseñan su dinámica. Estos relatos son contruidos por otros, y después, son enseñados y aprendidos. Pero, una vez interiorizados, conforman el modo en que se siente y se contempla la vida” (Nussbaum, 2005: 515).

“Los relatos construyen en primer lugar y después invocan (y refuerzan) la experiencia del sentir” (Nussbaum, 2005:526), son la fuente principal de la vida emocional de cualquier cultura. El análisis de la estructura del sentimiento a través de los relatos es, como ya mencionamos, uno de los objetivos de esta investigación y por ello nos ocuparemos a continuación de algunos aspectos teóricos relevantes acerca de las emociones narrativas.

### 3.8.2 La experiencia narrativa

Si la experiencia no es un a priori, como expusimos, y requiere mediación semiótica vinculada a la matriz cultural que la define, la narración puede interpretarse como la herramienta principal para la producción de la experiencia, según defendía Walter Benjamin, sin menoscabo de la experiencia que de por sí implica toda narración. Concretamente, la función clave de los relatos en el aprendizaje de las emociones está ligada a la construcción compleja del espacio emocional y de los distintos elementos que afectan a la conformación de la identidad de los sujetos y su historia.

Las emociones narrativas están modeladas no sólo por formas de cognición lingüística, según Nussbaum, sino que en ellas también intervienen narraciones musicales o pictóricas. Así mismo, el repertorio emocional está condicionado por los géneros discursivos predominantes en cada matriz cultural, los propios valores culturales, etc., además de por la historia de cada sujeto individual y colectivo, por su memoria presente y futura.

Este último aspecto significa que “en individuos que poseen un yo autobiográfico (un sentido del pasado individual y del futuro anticipado, que también se conoce como conciencia extendida), el estado del sentimiento hace que el cerebro procese de *forma significativa* objetos y situaciones relacionados con la emoción.” (Damasio, 2006: 172) Este proceso,

descrito por Damasio como conciencia extendida<sup>107</sup>, es lo que Bruner (1995) en el campo de la psicología cultural define como identidades narrativas<sup>108</sup>.

Según Bruner, los sujetos tienen una predisposición a organizar la experiencia de forma narrativa. Conecta Bruner su planteamiento con las ideas de Ricoeur, quien sostiene, de forma complementaria, que “la narrativa se basa en la preocupación por la condición humana” (Bruner, 1996:25). Las personas precisan organizar su experiencia; para ello crean un sentido de lo canónico y ordinario, que funciona como un telón de fondo sobre el que narrar y dotar así de sentido a lo vital, es decir, generan explicaciones narrativas que enmarcan lo idiosincrásico en un molde al que corresponde lo cotidiano. En la vida cotidiana lo usual y esperable conforma los *topoi* o lugares comunes del lenguaje como dotados de legitimidad y autoridad y, en relación a éstos, la narración hace que lo excepcional y lo inusual adopten una forma comprensible.

La capacidad organizativa de la experiencia a través de la narración está vinculada al establecimiento y elaboración de marcos o esquematizaciones que construyen el mundo, así como, a la capacidad del relato para la regulación afectiva. Elaborar marcos es una actividad social que tiene entre sus objetivos compartir la memoria en una cultura –al igual que Bruner, no consideramos que la memoria sirva meramente para garantizar el almacenamiento individual<sup>109</sup>. La experiencia y la memoria del mundo social están estructuradas tanto por concepciones internalizadas y narrativizadas de los sujetos, como por las instituciones históricamente enraizadas que la cultura elabora para apoyarlas e inculcarlas.

Los procesos implicados en tener y retener experiencias están informados por esquemas, impregnados de concepciones de la psicología popular sobre nuestro mundo, así como de las creencias constituyentes y las narraciones a mayor escala que las contienen en tramas. En este trabajo hablaremos de esas tramas, como tópicos que responden a configuraciones narrativas

<sup>107</sup> La posibilidad de tener una memoria de futuro posible indica que estamos refiriéndonos a hábitos que posibilitan el proceso inferencial a partir de los patrones culturales y socio-afectivos que se han estabilizado como comunes, no sólo con respecto al contenido sino al modo de procesamiento – articulación- del mismo, es decir, los relatos tópicos y la forma narrativa inscrita en géneros discursivos específicos.

<sup>108</sup> Para Bruner, la reflexividad y la imaginación son las dos ideas básicas que sostienen la hipótesis de las identidades narrativas: “La primera es la reflexividad humana, nuestra capacidad de volvernos al pasado y alterar el presente en función de él, o de alterar el pasado en función del presente. (...) El segundo universal es nuestra “deslumbrante” capacidad intelectual para imaginar alternativas: idear otras formas de ser, actuar, luchar” (Bruner, 1995:109).

<sup>109</sup> Para Bruner, la identidad, los roles que construimos, también son el resultado de un proceso de construcción de significados en forma narrativa, pero no de forma aislada, ni desarraigada, sino que toman significado de las circunstancias históricas que dan forma a la cultura de la que son expresión (Bruner, 1995:133).

temporales dependientes de una coyuntura socio-histórica. Al mismo tiempo, esta dimensión narrativa apunta no sólo a los contenidos tópicos, sino también a una forma de usar el lenguaje, ya que las narraciones dependen de los tropos, de la retórica, que le permitirá ampliar el horizonte de posibilidades y explorar el espectro de conexiones que pueden producirse entre lo excepcional y lo corriente (Bruner, 1995:66-69).

En este sentido, los relatos sirven para fortalecer los espacios normativos a través de la interpretación, o bien para ampliarlos y explorar otros mundos posibles. La narración nos lleva a un mundo posible donde la excepción consigue tener significado y puede imponerse como normalidad o bien ser adaptada a la normalidad previa. La viabilidad de una cultura radica, dice Bruner, en su capacidad narrativa para resolver conflictos, para explicar las diferencias y renegociar los significados comunitarios.

### 3.8.3 Experiencias y pseudo-experiencias

Una vez esbozado el lugar que ocupa la narración en la conformación de la identidad de los sujetos y sus memorias, quisiéramos detenernos brevemente en la conexión entre la narración y su desarrollo socio-histórico, puesto que el mecanismo de narrativización de la experiencia no es ajeno a la historicidad. Benjamín reflexiona sobre la relación indisoluble que existe entre experiencia y narración en su obra clásica *El narrador* (1986). Este trabajo se articula sobre la hipótesis de una crisis de la experiencia que trae consigo la modernidad, momento a partir del cual la experiencia como tal se desgaja en dos conceptos y realidades diferenciadas: *Erlebnis* y *Erfahrung*. Esta distinción nos puede ayudar a ubicar el tipo de experiencia asociada a la solidaridad, como un modo de experiencia socio-cultural afectiva.

Benjamín, a raíz de su vivencia de las guerras y tras sus reflexiones sobre la modernidad, llega a la conclusión radical de que “la experiencia está en vías de desaparecer” (Benjamín, 1986:189). La desaparición atañe al modo de experiencia auténtica, inmediata, directa y compartida, aquella que estaba en manos de los narradores, la que abierta o secretamente tenía una utilidad: su narración contenía una recomendación práctica o una regla de vida. Una experiencia indisolublemente ligada al arte de narrar. Narraciones en las que las trazas del narrador permanecen, porque éstas se hunden en la vida, “de suerte que sus propias huellas se encuentran siempre en lo narrado, sea por haberlo vivido él mismo (el narrador), sea por haberlo experimentado como receptor de una historia (Benjamín, 1986:187). Narraciones en las que el criterio de autoridad residía en la vida efectivamente vivida. Relatos que podían ser transmitidos para establecer el recuerdo, la memoria, la cadena de una tradición, para

configurar una comunidad, porque quien oye un relato participa en la comunidad de los narradores (Benjamín, 1986:204). A la experiencia auténtica del narrador es a la que Benjamín identifica como *Erfahrung*, una experiencia constituida por la acumulación de cosas vividas, confeccionada a través del tejido de la memoria y el recuerdo compartido de todo ello, en un proceso construido a través de paso del tiempo, un tiempo no forzado, robado a la muerte<sup>110</sup>.

Frente al *erfahrung*, Benjamín contrapone el *erlebnis* como experiencia modélica de la modernidad. Una experiencia que no remite a la acumulación sino que lo hace a una actuación determinada, a la vivencia fugaz, aislada y no conectada. Una experiencia que Benjamín identifica con el *shock* y el trauma, producido por la sobre-excitación emocional y sensorial de la vida moderna. Esta experiencia ya no se sostiene sobre la narración, que compone un espacio simbólico compartido entre narrador y narratario, sino que su vehículo es la novela, en la que, pese a la posibilidad de emergencia de comunidades hermenéuticas, el autor y el lector permanecen aislados y no tienen porqué compartir un espacio vivencial común.

La conexión con la vida es algo extraño a la modernidad, en la que si bien se intercambian experiencias y se viven, son de género muy diferente, son “experiencias de consumo”<sup>111</sup> intercambiables por su valor de uso en el marco de una economía monetaria, como sucede, en gran medida, con la experiencia cultural solidaria.

Abril ha incorporado la perspectiva benjaminiana al análisis de la cultura masiva y, especialmente, a su definición de la matriz cultural informativa, matriz que describe las condiciones socio-culturales y discursivas de la sociedad contemporánea. Según este autor, la modernidad trae consigo la transformación de un régimen de saber, en él se produce un divorcio entre el campo de la teoría y la praxis, es decir, entre el discurso y la experiencia. Este fenómeno tiene lugar por la fragmentación de campos institucionales y discursivos, que son un correlato de la división social del trabajo y del conocimiento. En un tiempo previo a la modernidad, los sujetos compartían, como hemos dicho, un espacio simbólico, el de la comunidad en un eje espacio-temporal de co-presencia; con la llegada de la modernidad estos

<sup>110</sup>Al narrador “le ha sido dado el don de poder abarcar toda una vida (Una vida, por lo demás, que comprende no sólo las propias experiencias, sino buena parte de experiencias ajenas. El narrador incorpora a su propio ser lo que ha conocido de oídas). Su don es poder narrar su vida, su dignidad: toda su vida entera. El narrador es el hombre capaz de dejar consumirse completamente la mecha de toda su vida en la dulce llama de su narración” (Benjamín, 1986:211).

<sup>111</sup> Para Benjamín, la información es un tipo de texto que ejemplifica a la perfección el contraste entre el tipo de experiencia que ésta produce y la producida por la narración. “La información tiene su premio en el instante en que era fresca. Sólo vive en ese instante, debiendo entregarse completamente a él y explicarlo sin pérdida de tiempo. Otra cosa pasa con la narración; ésta no se entrega completamente. Guarda recogidas sus fuerzas y es capaz de desarrollarse luego de mucho tiempo” (Benjamín, 1986:211).

sujetos se distancian, ya no hay posibilidad de relación inmediata y ésta será sustituida por las relaciones a distancia, de las que nos ocuparemos al hablar de la experiencia del desanclaje y de los sistemas expertos.

Frente a la narración que forjaba la comunidad tradicional, la modernidad busca nuevos géneros discursivos que se adapten a las condiciones sociales y a los modelos de subjetividad. La novela es el modelo narrativo adecuado que posibilita la emergencia de los nuevos públicos, definidos como comunidades interpretativas en el sentido moderno, que comparten a distancia valores, relatos, afectos, etc. Los géneros discursivos contemporáneos, como la publicidad o los géneros televisivos, han seguido elaborando gracias a su trabajo narrativo estas comunidades interpretativas de públicos, traduciendo y adaptando este fenómeno que se inicia en la modernidad.

Frente a una autoridad moral que tenía el narrador en la época pre-moderna; hoy se tiene que pasar por la fiabilidad de los sistemas de mediación, de las comunidades investidas de legitimidad por una gestión eficaz, este contexto remite a otras experiencias y, por tanto, a otros modelos narrativos. Además, la redefinición de los contratos comunicativos establecidos por los nuevos géneros narrativos, especialmente, los mediáticos transforman las fuentes enunciativas, las relaciones de confianza, incluidos los mundos posibles y los vínculos que se establecen a través de ellos<sup>112</sup>.

La modernidad emerge de la mano de la cultura de masas, que junto con la extinción de las formas artesanales de la narración y los modelos de comunidad y subjetividad a ella asociados, genera marcos de conmensurabilidad que han operado como sustento simbólico de la mundialización que caracteriza la cultura masiva contemporánea y sus instancias de mediación. Estos marcos de conmensurabilidad (Abril, 2003a:48-49) superponen diversos procesos: el primero atañe a la homologación espacio-temporal a través de los mecanismos de medida y las representaciones horarias y cartográficas; el segundo alude al desarrollo de dispositivos de consistencia visual que permiten asimilar signos y objetos diversos a formatos y

---

<sup>112</sup> “En los procesos comunicativos de la sociedad moderna, y más específicamente, en el proceso de recepción, se produjo una aparente paradoja: se suprimió el peso de la autoridad y de la tradición como garantes de la verdad y validez de los relatos, pero esto no supuso la completa “liberación de la lectura”. Recordemos que, según las observaciones de Benjamin (1986), la narración tradicional no incorporaba explicaciones (psicológicas o sociológicas), y que por tanto al oyente se le ofrecía un amplio margen de libertad interpretativa. Frente a la autoridad tradicional, la modernidad instituyó reglas abstractas e impersonales de validación textual, pero los textos incorporaron también sus propias instrucciones o pautas de lectura. De algún modo, y pese al antiautoritarismo frecuentemente cínico de la modernidad, la textualidad y la organización del contexto modernos favorecieron que el momento interpretativo se tornara cada vez más determinado, menos libre.” (Abril, 1997: 68) Como recuerda Abril, las pautas de control se institucionalizan en el interior del discurso.

géneros comunes y así ligarlos a usos y experiencias compartidas; y por último, el tercero consiste en la estandarización de los imaginarios sociales, es decir, de “los repertorios de imágenes, representaciones sensibles y concretas, que vehiculizan creencias, visiones del mundo y de la sociedad compartidas e interiorizadas, y que permiten también simbolizar hechos de conciencia abstractos más allá de los imaginarios tradicionales” (Abril, 2003a:49).

Estos procesos diseñan un tipo de experiencia peculiar que, como adelantamos, Benjamín liga a la tensión paradójica entre sobre-exposición y entumecimiento. El *shock* y el trauma que acompañan a estos procesos están provocados por la ausencia de una narración experiencial en sentido propio que permita concebir un marco de inteligibilidad, a través del que el sujeto pueda inscribirse en un mundo con sentido. Con la modernidad, más que por narraciones estamos organizados a través de sensaciones fragmentadas, fugaces e inestables, según Benjamín, un modelo de articulación sensible del que nos ocuparemos en otro lugar.

En este momento, lo que nos interesa destacar es que pese a esa disolución del modelo narrativo de experiencia vivencial, los relatos no han desaparecido como elementos imprescindibles para la organización del sujeto y la cultura, sino que se han adaptado a contextos culturales diferentes. Hay autores, sobre todo desde la perspectiva postmoderna, que se han referido al fin de las grandes narraciones, y que explicitan la crisis de la matriz cultural narrativa pre-moderna, como Lyotard. Otros como Abril creen que en la sociedad contemporánea, por la preeminencia de la matriz cultural informativa, se puede hablar de un discurso posnarrativo, “pues hay razones para defender que los textos fragmentados y no lineales, desde el periódico al hipertexto, pueden sustentar formas *sui generis* de narración e integrar no narrativamente microrelatos” (Abril, 2003a:156). Para este autor, hablar de posnarratividad significa hacer referencia a la no linealidad, fragmentación y descentramiento de las tramas como formas simbólicas y a la inconsistencia de la instancia enunciativa que debería garantizarlas; lo que resta a estos microrrelatos historicidad y el sentido moral de una acción vinculada a un principio y un fin (Abril, 2003a:156-158).

Pese a que compartimos en gran parte esta opinión, creemos que el hecho de que no puedan identificarse narraciones o relatos que estén integrados de forma coherente y explícita para los destinatarios, no significa que éstos, gracias a sus competencias discursivas y a través de los mecanismos de interpretación inferencial, no construyan narraciones sobre el mundo, relatos afectivos que siguen estando en la base de la organización de la experiencia y de la construcción de la subjetividad individual y las relaciones intersubjetivas.

Los relatos que articulan las versiones del mundo son de naturaleza más inestable, fragmentada pero tienen vocación de durabilidad, por otro lado parece que éstos, sobre todo, se elaboran a partir de los complejos mecanismos de la presuposición, la activación de nociones deícticas (Sánchez Leyva, 2003), articulando todos estos componentes a través de las instancias de mediación, en los espacios del intertexto, por lo que su reconstrucción y deconstrucción cada día es más compleja, pero no inexistente. La narración como modo de pensamiento y modo de organización de la experiencia no desaparecerá porque se basa en la preocupación por la condición humana.

### 3.8.4 Relatos emocionales y emociones relatadas

Nussbaum desarrolla las ideas de Bruner sobre la narración en relación a la regulación afectiva de nuestra vida social, pero las trabaja desde otro punto de vista, concibiéndolas como un modelo complementario a las herramientas reflexivas propias del área de la filosofía moral, tarea para la que utiliza el estudio de obras literarias. Por otro lado, el proyecto de Nussbaum sobre las emociones tiene una marcada dimensión educacional, íntimamente relacionada con sus preocupaciones éticas. De esta forma, la deconstrucción crítica del universo emocional se descubre en su obra como una manera de abordar conflictos éticos<sup>113</sup>.

Los relatos, delimitados culturalmente, contienen y nos enseñan formas de sentir y de vivir. Las emociones, dada su naturaleza cognitivo-narrativa, constituyen patrones que pueden desentrañarse, es decir, que si los sujetos hemos aprendido un tipo de repertorio emocional o afectivo, podemos llegar a desaprenderlo, esto es, desarrollar una labor deconstructiva del universo pasional. De esta manera, para Nussbaum, la crítica a una determinada emoción o a un repertorio efectivo consistirá en la “desescritura” de los relatos que la configuran y vehiculan, de aquellas tramas sustantivas y géneros instituidos como paradigmáticos.

Uno de los argumentos más acertados en la obra de Nussbaum, a nuestro parecer, es la idea de que la existencia de emociones narrativas presupone que un cierto tipo de relato va a mostrar o representar una emoción pero, de igual forma, la emoción misma va a suponer la aceptación, el consentimiento de vivir conforme a un cierto tipo de relato (Nussbaum, 2005:516). No se trata sólo de que nuestra experiencia pueda organizarse narrativamente, sino que la interiorización de lo socialmente aprendido, como las emociones, nos inscribe en

---

<sup>113</sup> En *El conocimiento del amor. Ensayos sobre filosofía y literatura* (2005) se ocupará de alguno de estos conflictos, entre ellos, de la fragilidad del carácter moral; los conflictos de intereses; la inconmensurabilidad de los valores y la eficacia ética de las emociones. Aunque la versión más acabada de su teoría de las emociones está en el libro *Paisajes del pensamiento* (2008).



ciertos relatos, aunque éstos sean múltiples<sup>114</sup>. Tener una emoción significa, principalmente, aceptar un cierto tipo de relato<sup>115</sup>. “Estas formas de sentir se representan a sí mismas en formas de vida, cuando los personajes se presentan condenados a la reiteración de las situaciones paradigmáticas que su cultura y los relatos les han enseñado” (Nussbaum, 2005:536).

La particularidad del texto narrativo nos permite el escrutinio del yo, de los modelos de subjetividad y facilita el pensamiento ético práctico, puesto que gracias a la narración es más accesible para los sujetos la percepción de situaciones prácticas que para ser evaluadas requieren de una actividad emotiva e intelectual simultánea. Un proceso que las emociones narrativas pueden proporcionar.

Por otra parte, este tipo de emociones narrativas estabilizadas como hábitos de interpretación y disposiciones para la acción, también cumplen una función informativa en la vida ética, puesto que son formas de reconocimiento, tanto en la definición de dichas situaciones prácticas identificadas con patrones específicos, como en la de los sujetos que participan en ellas.

La dimensión emocional de un relato articula:

- ☉ Una estructura de sentimiento, al intersectar la forma de vida con la forma narrativa y el movimiento narrativo con las formas de sentir del enunciador y del destinatario.
- ☉ Una estructura expresiva, una propuesta estética para dar forma a la manifestación afectiva.
- ☉ Una fuente o paradigma de emociones, porque el relato es el interpretante de otras dimensiones cognitivas y prácticas culturales y de otras emociones, a través de la representación de un recorrido emocional.

A través de este conjunto multidimensional se vehiculan experiencias afectivas diversas que pueden categorizarse según los componentes y relaciones propios de la “arquitectura enunciacional”. Por un lado, tendremos las emociones efectivamente representadas en los enunciados que modalizan la trama y los personajes de la misma, así como el estado afectivo del enunciador y el destinatario. Por otro lado, tendremos las emociones del propio destinatario, es decir, del lector o espectador que se orientan positiva o reactivamente, a

<sup>114</sup> Podemos pensar en cómo una emoción socializada: la compasión, la ira o el resentimiento, en el espacio de los conflictos políticos presupone un tipo de relato reconocible muy diferente sobre las relaciones nosotros-ellos.

<sup>115</sup> Por otra parte, según Nussbaum, la forma narrativa podría ser considerada en si misma una estructura de sentimiento.

través de una lectura cooperativa o de resistencia: hacia los personajes, hacia la posición enunciativa (del enunciador), hacia las posibilidades abiertas para el propio destinatario como “lector modelo”, hacia el propio proceso de comprensión e interpretación.

Algunas de estas posibles reacciones del destinatario, correspondientes al terreno de la recepción, estarán inscritas como formas de regulación de la formación discursiva a través de los textos mediáticos; mientras que otras surgen de forma inesperada a través del ejercicio de escucha activa del investigador frente a los públicos. En esta investigación procuraremos dar cuenta de ambos espacios como traducciones de los valores afectivos propios de la formación discursiva.

Conforme a lo anterior, nuestros intereses teóricos y metodológicos persiguen poder hablar de los discursos como modelos pasionales, no sólo como espacios de representación de las emociones, sino como máquinas capaces de movilizarlas, generarlas. En este sentido, entre las perspectivas que se han ocupado de la dimensión narrativa de las emociones y que incorporan esta interpretación amplia de las mismas destaca el enfoque greimasiano. Esta escuela estudia los procedimientos de inscripción discursiva de los mecanismos pasionales, esto es, cómo operan y se movilizan esquemas y sujetos pasionales modelizados narrativamente en los textos y cuáles son los efectos de sentido inscritos y codificados en el lenguaje. En resumen, se ocupa de la dimensión figurativa de lo pasional, teniendo en cuenta que “el cuerpo afectado se vuelve el centro de referencia de la escenificación pasional entera” (Greimas y Fontanille, 2002:18-19).

Para Greimas, todo proceso de significación se puede analizar a partir del concepto de *timia* (Violi, 1991: 115) que se define como humor o disposición afectiva de base. Este concepto que, según Greimas, articula el semantismo<sup>116</sup>, está directamente relacionado con la percepción que el hombre tiene de su propio cuerpo -un cuerpo sensible- y del ambiente que le rodea, por lo que podría relacionarse con el concepto de emociones de fondo de Damasio. Desde este punto de vista, todos los sujetos existimos en relación con objetos hacia los que experimentamos fuerzas o tendencias tímicas, que pueden ser positivas (eufóricas) o negativas (disfóricas), aunque también puede darse una situación en la que ambas tendencias estén

---

<sup>116</sup> “Por tanto, existiría un nivel de estratificación de la esencia del contenido que estaría organizado no por una regla semántica de significación, ni por un código de correlación, sino por la inversión emocional que se estructura alrededor de la percepción corporal llenando las unidades semánticas que se manifiestan después en la lexicalización lingüística. En la base misma de la significación se encontraría por tanto una primera atribución de valores que no son sólo significados, sino también emociones y sensaciones conectadas con los niveles más elementales y profundos de nuestra organización perceptiva, lo corporal y lo biológico” (Violi, 1991:115-116).

ausentes, es decir, una vertiente neutra (afóricas). Estas fuerzas organizan un primer nivel que responde al hecho de que cada ser viviente están inscrito en un ambiente y en ese entorno se siente a sí mismo y reacciona frente a aquello que le afecta incorporando la tensión producida entre estas fuerzas de atracción y repulsión<sup>117</sup>. Desde esta base pasional, la perspectiva greimasiana sostiene que toda categoría semántica podrá ser axiologizada mediante la proyección de esta categoría tímica, es decir, a través de la inserción de dicha categoría en el espacio fórico.

Al mismo tiempo, este espacio fórico queda traducido a un espacio modal en el que el este espacio pasional primario se articula. Es decir, al espacio modal propio de una estructura de superficie le corresponde una distribución del espacio tímico en el nivel profundo. Por tanto, la transformación de los vectores del espacio fórico en relaciones de valor es lo que se define en esta perspectiva como proceso de axiologización<sup>118</sup>.

En la existencia semiótica, los sujetos siempre están definidos en relación a objetos que les afectan, es decir, objetos de valor que han adquirido sentido en el proceso de axiologización que vincula el espacio tímico y modal. Así mismo, los sujetos se insertan en programas narrativos que delimitan sus posiciones y actuaciones en relación a dichos objetos. Según la manera en la que el sujeto esté relacionado con los objetos a lo largo de estos programas narrativos será definido como un sujeto del hacer o del ser –sujeto de estado o de acción–.

Greimas se pregunta por aquello que induce a un sujeto a ir tras un objeto, es decir, qué activa un programa narrativo, desde un punto de vista afectivo. En primer lugar, los valores con los que ha sido investido dicho objeto son en sí mismos un aspecto deseable que puede movilizar al sujeto. Esta situación provoca que los sujetos que desarrollan un mayor deseo de alcanzar los objetos de valor, puedan desarrollar también una capacidad mayor para obtenerlos, es decir, el deseo es una de las facetas que configura la competencia de los sujetos<sup>119</sup>.

<sup>117</sup> El espacio fórico que configura la timia (como espacio de fuerzas eufóricas y disfóricas) corresponde con el mundo interno del ser viviente, esto es, el lugar de la propioceptividad, la autopercepción. Este espacio de lo propioceptivo se relaciona con el mundo externo (exteroceptivo) y el mundo interno (interoceptivo), mundos de los que se reciben estímulos que adquieren sentido al convertirse en valores para alguien mediante su inserción en el espacio fórico.

<sup>118</sup> El valor –por el que una categoría es axiologizada– es una estructura modal que modifica la relación existencial de un sujeto con respecto a un objeto y, en este sentido, podemos decir que el objeto puede transformarse en un estímulo emocionalmente competente (en la terminología de Damasio).

<sup>119</sup> “¿Qué cosa impulsa a estos sujetos a correr detrás de los objetos? El que los valores inscritos en los objetos sean deseables. Y ¿qué sucede si alguno de estos sujetos están más deseosos, y son más capaces que otros de obtener ciertos objetos? La respuesta es que estos son más competentes que los otros” (Greimas citado por Pezzini, 1991:44, traducción propia).

Este planteamiento considera que la afección del sujeto, esto es, su condición de cuerpo sensible es la principal motivación para la acción y la base de las pasiones, más aún el interés hacia los objetos que afectan al sujeto -el deseo- es la motivación básica de las acciones humanas. No obstante, una caracterización como sujetos deseantes no supone una homogenización de las competencias.

Aunque los sujetos compartan una disposición hacia la acción, la diferencia entre los sujetos pasionales reside, según Greimas, en su competencia, esto es, en la configuración modal que les define. Por tanto, el estado de ánimo -pasional- de un sujeto en el discurso dependerá de la modalidad que caracteriza al objeto que se encuentra en su horizonte axiológico y que le afectará, tanto en su dimensión de sujeto del hacer como de sujeto de estado. Puesto que existe una íntima relación entre la pasión y la acción, como dos caras de la misma moneda. “La pasión es respuesta, reverso de la acción padecida, pero la acción es iniciativa, reverso a su vez de la pasión” (Fabbri, 1995:160).

La existencia modal moviliza el valor, lo pone en juego. Dado que no somos sujetos neutros y casi nunca nos hallamos insertos en estados indiferentes, ni somos sujetos totalmente incompetentes, nos enfrentamos siempre a conflictos de valores, por ejemplo, habremos de enfrentarnos a la comparación de valores dotados de un valor desigual. Y estos conflictos están siempre vinculados a los estados y acciones pasionales. En una escena axiológica conflictiva operan las pasiones “que constituyen un esquema dinámico y vivificante” (Fabbri, 1995:159), es decir, poseen múltiples dimensiones y rara vez surgen aisladas sino entremezcladas con otros sistemas pasionales y otros fenómenos de diverso signo.

Frente al espacio discontinuo, plagado de rupturas y transiciones de la acción y transformación de los sujetos, la dimensión pasional se caracteriza por la continuidad, la tensión y la aspectualización (Bertrand, 2002: 225-237) A la luz de esta contraposición, se puede definir la dimensión pasional como un espacio de tensión que se dilata y se sobrepone al espacio definido por los programas de acción. Esta articulación de acción y pasión, en términos greimasianos, hace emerger un nuevo espacio de significación.

En este nuevo espacio la pasión se narrativiza sin perder su dimensión tensional. Fabbri define para este espacio de articulación cuatro ejes: el tímico, el aspectual, la intensidad y la dimensión ética. Apuntamos más arriba el proceso que vincula el eje tímico y aspectual: la axiologización. En el siguiente nivel emerge lo que define, específicamente, como una dimensión pasional gracias a la conexión entre la estructura modal y la aspectual. Los trazos o características aspectuales definen el modo de ser que sensibiliza la modalidad y la regula,

asignándole valores variables (Bertrand, 2002:233). Durante el proceso de modalización y aspectualización, la pasión incorpora elementos de tensión y aspecto que condicionan su figurativización en el nivel discursivo.

Por último, una vez acometida la aspectualización del universo pasional tiene lugar el proceso de moralización (Bertrand, 2002) que señala la dimensión ética implicada en toda pasión (Fabbri, 1995), es decir, se explicita qué relación vincula a las pasiones con la conciencia moral y cómo este vínculo inserta el universo pasional en un horizonte axiológico intersubjetivo propio de un determinado espacio y tiempo social y cultural. Las pasiones están expuestas a regulaciones intersubjetivas que las identifican, las localizan, sensibilizándolas y moralizándolas (Bertrand, 2002). La dimensión ética de los dispositivos pasionales les caracteriza como normas y, por ello, pueden servir como referencias a través de las cuales llevar a cabo la sanción de los programas narrativos en los que están involucradas. Mediante la sanción una pasión se puede juzgar como buena o mala, ya sea desde el punto de vista cualitativo o cuantitativo, pero para eso debe presuponer un espacio comunitario que la delimite<sup>120</sup>.

El espacio de significación pasional que acabamos de describir afecta tanto a lo enunciado como a la enunciación. En el espacio enunciativo se produce un despliegue en el que el sujeto de la enunciación, en cuanto sujeto apasionado, transforma la cualidad y los valores percibidos como objeto de su mirada, en los objetos o partes de su propio discurso. Podemos interpretar este despliegue como una especie de apropiación pasional y, a la vez, puesta en discurso de la pasión. Desde el enfoque semio-narrativo, según Bertrand, los afectos promovidos hacia los objetos de valor pueden llegar a convertirse en sujetos –actantes- del propio relato. La intersección de estos actantes pasionales con el resto de componentes narrativos y semióticos nos permite describir la existencia de una posición de sujeto apasionado. Es precisamente la figura del sujeto apasionado la que sostiene el intercambio comunicativo entre los interlocutores, porque todos los sujetos están orientados axiológica, cognitiva, perceptiva y afectivamente. El reconocimiento de la pasión es, sobre todo, identificación de la misma a la luz del juicio axiológico según los bienes y valores definidos en el espacio de la comunidad de referencia.

<sup>120</sup> Consideramos que pese a partir de nociones epistemológicas diversas y recorridos teóricos alternativos es en este punto donde podemos establecer las relaciones entre Peirce y Greimas, ya que para ambos todas las pasiones y emociones cristalizan y se estabilizan en el ámbito comunitario a través de la sanción de la moral, es decir, lo afectivo remite a reglas y normas tanto de interpretación como morales.

### 3.9 Los sentimientos morales

El proyecto de investigación sobre las emociones narrativas responde al esfuerzo de profundizar nuestra comprensión sobre los repertorios emocionales e incidir con ello en el conocimiento de la educación sentimental, tanto en el nivel de las representaciones como en el de los procesos de argumentación ética. Nuestro interés al respecto se concentra en los sentimientos morales, ya que éstos son fundamentales en la conformación del orden social y de las relaciones éticas, cuestiones que se hallan en el centro de la formación discursiva de la solidaridad. El sentimiento inaugura el ámbito de la moral<sup>121</sup>, este es un planteamiento de partida que nos indica que tomar en consideración los sentimientos morales obliga a rechazar la concepción de la moralidad como un sistema de principios regidos meramente por la apropiación intelectual, y a las emociones como motivaciones para respaldar o subvertir la elección de actos de acuerdo a dichos principios. Son las emociones y no los principios, tal y como escribe Castañares (2007), las que están en la base de las motivaciones de la acción. Como dice Nussbaum, transformar nuestra forma de pensar la ética y, más concretamente, el razonamiento ético nos conduce a insertar las emociones y los sentimientos morales como parte sustancial de dicho sistema, junto con los procesos de razonamiento intelectual de orden cognitivo.

Desarrollar una teoría ética presupone desarrollar una teoría de las emociones que debe incluir fuentes y recursos culturales, sus patrones de evolución individual, su funcionamiento habitual, aunque también inesperado, en el contexto de la vida cotidiana de los seres humanos y de la representación de los repertorios emocionales y sentimentales a través de múltiples y diversos productos culturales. Esta tarea es deudora de las perspectivas que se han ocupado de analizar la expresión de la moralidad en las representaciones colectivas, en la base de las cuales hallamos un discurso “emocionado”. Aunque si nos interesan los sentimientos morales y su representación es por su dimensión política, es decir, por la manera en la que intervienen en el espacio público configurando modelos de política específicos.

Los sentimientos morales están conectados con la existencia de ciertas emociones básicas imprescindibles no sólo para la gestión de la vida personal sino, fundamentalmente, para la gestión de la vida social. La eliminación de la emoción y del sentimiento de la imagen humana implica un empobrecimiento de la experiencia, puesto que ambas son necesarias para que el

<sup>121</sup> “Los sentimientos morales funcionarían como los hilos que sustentan la moral y que si se rompen la hacen saltar. Más aún, son tales sentimientos los que motivan o fundamental entrar en una praxis intersubjetiva y en la que nos justificamos recíprocamente” (Sadaba, 2003:152).

comportamiento social humano se ajuste a normas y leyes que describan lo bueno, lo malo y lo justo. De la misma forma también estaría afectado, no sólo el funcionamiento sino la misma aparición de instrumentos culturales imprescindibles para la vida social como los comportamientos éticos, las creencias religiosas, las leyes, la justicia o incluso la organización política. Sin los sentimientos no podríamos hablar de nada parecido al sentimiento de justicia<sup>122</sup> y sería altamente improbable crear ningún código ético (Damasio, 2005:154-155)<sup>123</sup>.

Los investigadores Haidt y Shwerd (según Damasio, 2005:152) definen un esquema de las emociones sociales que contempla la base fisiológica de la emoción, ligada al estímulo emocionalmente competente y, por último, el tipo de sentimiento moral asociado. Las emociones del miedo, la tristeza o bien las tendencias a la sumisión frente a la debilidad, el fracaso o la violación de la propia persona o de su comportamiento, pueden provocar sentimientos como la turbación, la vergüenza o la culpabilidad. Las reacciones de ira o aversión, a las que se podría añadir el asco frente a la violación de las normas por parte de otro individuo, movilizan el desprecio y la indignación. Estos son sentimientos morales que están en la base de lo que analizaremos como tónica de la denuncia. Por su parte, la tónica del sentimentalismo, a través del sentimiento moral de simpatía o compasión, recoge el proceso que caracteriza la reacción de afecto y tristeza frente a otro individuo que sufre y necesita ayuda. Por último, la felicidad como respuesta al reconocimiento en otros, o en uno, de una contribución a la cooperación, se reconoce, en su dimensión moral, como admiración, asombro, elevación, gratitud u orgullo<sup>124</sup>.

Vergüenza, culpabilidad, indignación, compasión, admiración, gratitud u orgullo, desde la perspectiva neurobiológica, son sentimientos que están en la base biológica e instintiva del comportamiento ético, porque se trata de emociones que han cumplido una función reguladora en los comportamientos sociales. Los casos de estudio que pretenden demostrar esta afirmación son, habitualmente, aquellos que se han ocupado de las emociones agradables, como el altruismo loable y adaptativo, emociones que sirvieron evolutivamente

<sup>122</sup> “Bajo la influencia de las emociones sociales (desde la simpatía y la vergüenza, hasta el orgullo y la indignación) y de aquellas otras emociones inducidas por el castigo y la recompensa (variantes de la aflicción y la alegría, categorizamos gradualmente las situaciones que experimentamos: la estructura de las situaciones, sus componentes y su significado en términos de nuestra narrativa personal” (Damasio, 2006:142)

<sup>123</sup> “En resumen, tanto si uno considera que los principios éticos están en su mayor parte basados en la naturaleza como si cree que lo están en la religión, parece que obstaculizar la emoción y el sentimiento en una etapa temprana del desarrollo humano no hubiera sido un buen presagio para la aparición del comportamiento ético.” (Damasio, 2006:154)

<sup>124</sup> Este mapa de emociones sociales estará presente en las estrategias discursivas de la publicidad de ONGD a través de representaciones diversas.

para la regulación del grupo, bien sea familia, tribu o nación<sup>125</sup>. Aunque también las emociones desagradables han sido importantes en la tarea reguladora, por ejemplo, es el caso de emociones asociadas al peligro, incluso a la brutalidad, necesarias cuando el individuo o el grupo debe interactuar con el territorio exterior y defenderse, momentos en los que aparece la ira, el resentimiento o la violencia.<sup>126</sup>

La existencia de estas tendencias emocionales no implica que no exista la posibilidad de regularlas, y por supuesto de manipularlas, lo que indica la capacidad de los sujetos y la sociedad en su conjunto para abordar tareas de educación sentimental. Esto puede llevarse a cabo desde enfoques que faciliten la interpretación crítica y la deconstrucción de nuestros repertorios sentimentales, sobre todo, si éstos están en la base de formas de dominación y exclusión social<sup>127</sup>.

Debemos tener en cuenta que las estructuras de sentimiento de las que participamos están construidas a través de una serie de vocabularios afectivos que movilizan lo que Putnam (2004) denomina conceptos éticos densos y cuyo funcionamiento semiótico obedece a las

---

<sup>125</sup> La compasión se ha estudiado tanto en seres humanos como en primates y, según parecen mostrar ciertos experimentos, este sentimiento está movilizado de forma diferente en relación al grado de familiaridad y cercanía de los sujetos que actúan como estímulos emocionalmente competentes (Damasio, 2006:156). Este tipo de estudios, además de mostrar la importancia de estas emociones sociales para la creación del grupo y de la pertenencia, sirven también para comprender e interpretar las dinámicas de identidad y diferencia que afectan a y, al mismo tiempo, superan, el ámbito de influencia de este sentimiento.

<sup>126</sup> Lotman es uno de los autores que destaca el mecanismo de la vergüenza con un elemento primordial del control social. El “nosotros” cultural es una colectividad dentro de la cual actúan las normas de la vergüenza y del honor. El miedo y la coerción definen nuestra relación con los otros (1982:206). “Las descripciones basadas en la identificación de las normas cuya trasgresión, en una determinada colectividad, es motivo de vergüenza, y aquellas cuya observancia viene dictada por el miedo pueden facilitar una base útil para la clasificación tipológica de las culturas” (1982, 206). Lotman se refiere a diferentes tipos de reglamentación cultural. Cree que la vergüenza regula lo común, mientras que el miedo sirve para definir la especificidad de relaciones entre grupos o instituciones sociales antagónicas. Vergüenza y miedo son mecanismos psicológicos de la cultura complementarios, dinámicos y a menudo en conflicto. Lotman aplica estos conceptos al estudio de la aristocracia rusa del XVIII, hoy en día la diferencia sustancial es que la identidad colectiva exteriorizada -en el sentido de definida por la pertenencia social-estamental-, ha quedado sustituida por una personalidad individualizada, plenamente psicologizada que precisa de la integridad del yo mencionada por Giddens (2000).

<sup>127</sup> “Desde el punto de vista práctico, comprender la biología de las emociones y el hecho de que el valor de cada emoción difiera tanto en nuestro ambiente humano actual, ofrece considerables oportunidades para entender el comportamiento humano. Podemos aprender por ejemplo, que algunas emociones son consejeras terribles y considerar de qué manera podemos suprimirlas o reducir las consecuencias de su consejo. Pienso, por ejemplo, que las emociones que conducen a prejuicios raciales y culturales se basan en parte en el despliegue automático de emociones sociales destinadas, desde el punto de vista evolutivo, a detectar la *diferencia* en los demás porque dicha diferencia puede señalar riesgo o peligro, y promover la retirada o la agresión. (...) Podemos darnos cuenta de que nuestro cerebro porta todavía la maquinaria en que lo hizo, en un contexto muy diferente, hace muchísimo tiempo. Y podemos aprender a desechar tales reacciones y persuadir a otros para que hagan lo mismo” (Damasio, 2005:44).



premisas explicadas de la argumentación en la lengua. Según este autor, dichos conceptos hacen saltar la dicotomía clásica entre juicios de hecho y juicios de valor, pues ambos operarían de forma conjunta. La operatividad de los conceptos éticos densos está ilustrada en la obra de Putnam, a través del análisis de la noción de cruel. La utilización del adjetivo cruel no sólo sirve para describir una situación, sino que nos obliga a ubicarnos respecto a una serie de conclusiones hacia las que nos orienta. Si alguien describe a otra persona como cruel, está reduciendo las combinaciones y los espacios discursivos disponibles para realizar una descripción coherente. Es decir, si alguien es cruel, no podrá ser al mismo tiempo, un buen hombre o una buena mujer. La crueldad nos inserta en un horizonte de sentido que niega ciertas conjunciones: generoso, simpático, etc. “Lo característico de descripciones “negativas” como “cruel”, y también de descripciones “positivas” como “valiente”, “moderado” y “justo” (..) es que para usarlas con algo de discernimiento hay que ser capaces de identificarlas, por medio de la imaginación, con un *punto de vista valorativo*. “(Putnam, 2004:55) Para Putnam, los conceptos éticos densos pueden ser utilizados como términos descriptivos, pero también están dotados de valor normativo. En nuestra opinión, ambas dimensiones son, en realidad, de tipo (valorativo y por tanto) normativo y tratan de ofrecer un relato sobre el mundo que posiciona a su enunciador respecto a los sistemas sociales de valores. Putnam postula que un análisis del punto de vista valorativo al que estos conceptos están vinculados favorecería nuestra comprensión de los mismos. Y esto es lo que trataremos de hacer a través del análisis de las tópicas para indagar acerca de los sentidos de la compasión, la piedad, la solidaridad y la justicia.

Lo interesante de esta propuesta es que el autor considera que podemos atribuir cierto grado de objetividad a estos conceptos éticos densos, es decir, no pueden quedar reducidos a la suma de opiniones simplemente, puesto que su veracidad ha quedado institucionalizada en vocabularios compartidos. Este enfoque considera que, hoy en día, es posible llevar a cabo una “discusión moral razonada”, en la que entren en juego no sólo argumentos de tipo cognitivo y racional, sino también las dimensiones afectivas y valorativas implicadas.

“El hecho de que un acto sea cruel o amable, sensible o insensible, grosero o jovialmente espontáneo, sólo es visible a través del cristal de los *conceptos valorativos*. Contrariamente a lo que la imagen kantiana sugiere, en nuestras vidas morales no podemos y, de hecho no lo hacemos, arreglárnoslas con un vocabulario objetivo al complementar un vocabulario rígidamente naturalista con una única opción moral (la noción necesaria para indicar que uno está “imponiendo” la forma de ley a incentivos generados psicológicamente). Sin nuestra

humana pluralidad de *valores*, no hay vocabulario alguno *con* el que enunciar las *normas*”(Putnam, 2004, 141).

Según Putnam, estas convenciones –conceptos valorativos- nos permiten aludir a una “racionalidad del lenguaje ético” que apela a un valor veritativo, que va más allá de una mera objetividad en el interior de un juego de lenguaje, es decir es algo más que un consenso en el interior de una cultura particular. Putnam escribe: “la objetividad requerida por las afirmaciones éticas no es del género de la que proporciona una fundamentación platónica o de otra índole que esté ahí previamente a nuestro entregarnos a la vida y la reflexión ética: es la capacidad para superar la clase de crítica que emerge en las situaciones problemáticas con las que nos enfrentamos en la vida real” (Putnam, 2004: 114). Esta racionalidad y la verdad que presupone son de naturaleza pragmática, puesto que es en la práctica y en la reflexión donde encontramos cuales son las mejores y más adecuadas razones para el comportamiento ético<sup>128</sup>.

Creemos que esta perspectiva optimista sobre la existencia de un razonamiento ético, no está apelando a la existencia de una racionalidad universal que nos conduzca a la aseveración de homólogos valores universales; sino que, en nuestra opinión, apela a la búsqueda de procedimientos de discusión democrática, que no cedan de antemano el debate sobre los valores éticos imperantes a la lógica neoliberal de la suma de opiniones individualizadas. Frente a un relativismo radical o un universalismo colonizador, la idea de que los juicios de valor pueden aceptarse o rechazarse de manera justificada, es decir, pueden ser objeto de argumentación, nos ayuda a desplazar asuntos fundamentales de nuestro orden social y moral del espacio del consenso. Frente a una lógica puramente procedimental, Putnam cree que es preciso apostar por una ética con contenido, concebida como falible e imperfecta pero que no deje de reconocer las exigencias argumentativas que nos imponen los valores. (Putnam, 2004:157). Esto implica además hacer hincapié en la importancia de la experiencia socio-afectiva, una experiencia que presupone la existencia de un juicio sobre algo como valioso, es decir, el desarrollo de una actividad crítica. Y como tal actividad crítica, no debería ser ajena a la discusión democrática sobre el bien común.

Cuando Putnam propone la búsqueda del consenso razonado en el terreno ético, no está pensando en el vacío sino que lo hace sobre el modelo de las capacidades propuesto por

---

<sup>128</sup> “Las valoraciones son constantes en todas nuestras actividades, incluidas las “científicas”, y también son inseparables de ellas, pero es sólo mediante la reflexión inteligente sobre nuestras valoraciones (la crítica), que podemos concluir que algunas de esas valoraciones están justificadas mientras que otras no lo están” (Putnam, 2004: 124).

Amartya Sen. El enfoque de las capacidades se diseñó como una alternativa al enfoque de los derechos y tiene su origen en la disciplina económica.

La discusión del modelo de vida buena implicaría ponerse de acuerdo sobre las capacidades “como virtualidades” que deberían ser respetadas para todos, tarea que, sin duda, no puede pensarse teóricamente al margen de las relaciones de poder, como parece suceder desde algunas propuestas liberales<sup>129</sup>; porque para desarrollar este modelo estamos obligados “a pensar sobre qué funcionalidades forman parte del concepto de vida buena en nuestra cultura y en otras, y a investigar qué libertad efectiva de lograr estas funcionalidades tienen diversos grupos de personas en una variedad de situaciones.” (Putnam, 2004: 78)

Pero tenga o no lugar la discusión sobre qué capacidades son imprescindibles y cómo jerarquizarlas, cualquier discusión ética sobre la justicia, la piedad, etc. precisa de un vocabulario plagado de conceptos densos en los que estén imbricados hechos y valores, más aún, si nos referimos a un vocabulario sobre lo afectivo.

El vocabulario afectivo y moral que manejamos en la sociedad contemporánea tiene su origen en la época ilustrada y es en el proceso histórico desplegado desde la modernidad dónde se fragua su inscripción y cristalización consensual.

La labor pedagógica sobre los sentimientos morales no siempre ha estado atenta a esta dimensión socio-afectiva, mencionada a lo largo de este capítulo, ni se ha preocupado de desentrañar el papel de las emociones en la conformación del espacio público político. En cuestiones como éstas reside la importancia de la educación para el desarrollo, ligada siempre al ejercicio de la educación sentimental, una labor pedagógica que, en nuestra opinión, no ha recibido la suficiente atención en ciertas áreas, ni se ha adecuado a los contextos contemporáneos.

### 3.10 La estructura de sentimiento

Proponemos la utilización del concepto estructura de sentimiento de Raymond Williams (1980)<sup>130</sup> como una herramienta que nos permite articular la dimensión socio-afectiva y

<sup>129</sup> En una posición bastante diferente, en la obra de Fraser (2001) “Recognition without ethics” en la que se propone un aplazamiento, precisamente, de la discusión ética y la reivindicación previa de ciertos elementos procedimentales imprescindibles: el reconocimiento mutuo y la representación y paridad en la participación.

<sup>130</sup> En el marco de los estudios culturales, Williams representa frente al determinismo economicista del marxismo y al determinismo tecnológico del funcionalismo dominantes de la época, la reivindicación por un concepto de cultura común “antropológicamente fundamentada y políticamente desafiante” (Méndez Rubio, 2004:149).

discursiva, a la luz de las cuestiones que han sido abordadas tanto en este capítulo sobre semiótica de las emociones como en el anterior dedicado al discurso. Williams concibió este concepto como un instrumento metodológico a través del cual analizar la conexión entre las condiciones de producción cultural y la cultura efectivamente experimentada.

Se trata de un concepto vago, apenas definido por el autor; sin embargo, como término tiene la ventaja de constituir una denominación explícita y dotada de una gran potencia metafórica.

La estructura de sentimiento no está identificada con el marco formal normativo de una coyuntura socio-histórica y cultural precisa, es decir, con sus instituciones, leyes, pautas de costumbre establecidas, sino que se refiere a los efectos pragmáticos de todo ello sobre los sujetos individuales y las colectividades que están actuándolas, viviéndolas y que provocan que este marco esté en constante desplazamiento. Es una instancia que, además, regula las significaciones sobre la cultura, influye en su difusión, modelos de consumo, valores, etc.

Para Williams, con el concepto de estructura de sentimiento se apuesta por la conjunción entre los sujetos y los objetos, la formación de la identidad, los espacios y tiempos sociales en relación a las prácticas, rituales e instituciones según éstas son vividas, experimentadas y apropiadas por los sujetos. Es un concepto que nos habla no sólo de la transformación de los sujetos y su sensibilidad, sino también de cómo ésta está vinculada a las condiciones de producción de lo social y a los procesos de mediación, en la línea de los trabajos de Walter Benjamín sobre el *sensorium*, reflexionando sobre la relación entre los marcos socioculturales y lo sentimental, lo sensitivo o perceptivo.

El empleo de la noción de estructura de sentimiento nos posibilita “ir más allá de las creencias sistemáticas y formalmente sostenidas, aunque siempre debamos incluirlas. Se trata de que estamos interesados en los significados y valores tal y como son vividos y sentidos activamente (...) Estamos hablando de los elementos característicos de impulso, restricción y tono; elementos específicamente afectivos de la conciencia y las relaciones, y no de sentimiento contra pensamiento, sino de pensamiento tal y como es sentido y sentimiento tal y como es pensado; una conciencia práctica de tipo presente, dentro de una continuidad viviente e interrelacionada” (Williams,1980:155).

En el área de análisis cultural ha existido desde hace tiempo la necesidad de ahondar en las herramientas conceptuales y analíticas, de crear nociones que pudiesen afinar y perfilar el vago concepto de cultura. La cultura tras años de definiciones y trabajo interdisciplinar parece

ser una entidad intangible en la que casi todo puede conformar un objeto de estudio<sup>131</sup>. Dentro de este ámbito de problemas, hemos seleccionado el concepto de estructura de sentimiento frente a otras propuestas como la de matriz cultural de Martin Barbero (1987), porque aunque muchos de los aspectos que se trabajan en esta tesis podrían ser abordados desde la idea de matriz cultural, creemos que el concepto de Williams nos facilita mantener un foco de atención transversal específico sobre lo que Martin Barbero llama las “mediaciones de la sensibilidad”. Este tipo de mediaciones señalan cómo la “razón comunicacional” hegemónica “reintroduce en su discurso la corporeidad, la gestualidad, esto es, la materialidad significativa de la que está hecha la interacción social cotidiana” (Martin Barbero, 2008:45).

La estructura de sentimiento es una herramienta metodológica que nos sirve para: analizar la dimensión representacional de la afectividad en el marco de su consideración socio-cultural, ética y política; dar cuenta de las múltiples relaciones entre los espacios hegemónicos y contra-hegemónicos y, por último, avanzar hacia un tipo de análisis cultural de carácter proyectivo.

Por otro lado, consideramos que la inserción de la idea de estructura de sentimiento no resulta incompatible con el esquema sobre matrices culturales y mediaciones elaborado por Martin Barbero. Las matrices culturales se definen en términos amplios como modos de relacionarse, mirar, aprender, conocer, leer y sentir a los que el investigador se puede aproximar mediante el análisis de: propiedades textuales, procedimientos semióticos y operaciones cognitivas que pueden reconocerse comunes y activas en distintos entornos, prácticas y discursos de la modernidad (Abril, 1997, 2003).

Como sucede con la estructura de sentimiento, la idea de matriz implica no sólo a los archivos y los textos de una cultura, que podrían remitir de nuevo a una dimensión institucional y puramente textual del análisis, sino que se trata de una perspectiva que incorpora las prácticas, la heterogeneidad social y la dimensión procesual. Por ello forman parte del análisis, la relación de los sujetos con estos textos, además de otros aspectos como la organización del

---

<sup>131</sup> Según Martin Barbero, en la sociedad actual se ha producido un doble movimiento, en primer lugar, “movimiento creciente de especialización comunicativa de lo cultural, ahora organizado en un sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustados a sus públicos consumidores”. Y en segundo lugar, otro movimiento en el que “es la vida social toda la que, *antropologizada*, deviene cultura: como si la imparable máquina de la racionalización modernizadora –que separa y especializa- estuviera girando, patinado en círculo, la cultura escapa a toda compartimentalización irrigando la vida social entera” (Martin Barbero, 2008:45)

espacio, la producción y el consumo<sup>132</sup>. Analizar una matriz cultural significa ocuparse de la manera en que nos relacionamos con el mundo, cómo miramos y aprendemos.

En términos generales, el análisis de las matrices culturales forma parte de la tarea más amplia de “trazar un nuevo mapa de las mediaciones, de las nuevas complejidades en las relaciones constitutivas entre comunicación, cultura y política” que responde, según Martín Barbero (2008) al siguiente esquema:



**Figura 13 Martin Barbero (2008: 44)**

Podemos observar el modo en que interviene la estructura de sentimiento en este esquema a la luz de las relaciones entre las diversas instancias –socialidad, institucionalidad, tecnicidad y ritualidad- propuestas. Nos interesa como instrumento para dar cuenta de la historia de los cambios en la articulación entre movimientos sociales y discursos públicos, y de éstos con las modalidades de producción de lo público que agencian las formas hegemónicas de comunicación colectiva (Martin Barbero, 2002,226-227).

En primer lugar, la socialidad es definida como “la trama de relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse y en la que anclan procesos primarios de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades” (Martin Barbero, 2002: 227). En el análisis de las formas de

<sup>132</sup> La descripción que Cruces realiza de la metáfora de matriz cultural nos ayuda a percibir que esta noción guarda una estrecha relación con la de estructura de sentimiento. Cruces escribe que la matriz cultural apunta, en primer lugar, a un conjunto de elementos heterogéneos cuya existencia reside en su modo de distribución, de articulación; en segundo lugar, está implicada en ella la idea de generatividad o productividad de la cultura; en tercer lugar permite describir la cultura desde su carácter sensible, corpóreo, emocional, vivido y por último, en cuarto lugar, también está presente la idea de que en el seno de una matriz cultural no todo se controla, ni se decide ni se negocia (Cruces, 2008, 173-179).

socialidad es básico prestar atención a otras “formas de inteligibilidad contenidas, dice Martin Barbero, en la apropiación cotidiana de la existencia y su capacidad de hacer estallar la unificación hegemónica del sentido”, es decir, observar la “multiplicidad de modos y sentidos en que la colectividad se hace y se recrea (Martin Barbero, 2002:228). Con este objetivo, movilizamos herramientas analíticas como la estructura de sentimiento y las figuraciones elisianas que nos permiten abordar lo heterogéneo en el marco de entidades dotadas de cierto tipo de continuidad, que las liga al orden de la ritualidad. Situar el foco del análisis cultural en la vinculación entre la transformación social y la personal significa construir una teoría y práctica social a partir de la experiencia individual y colectiva, siempre “atenta a la polisemia de la interacción social”, en palabras de Martin Barbero. Según Williams, “los individuos y las instituciones tendrán, necesariamente, que transformarse juntos o no cambiarán nada” (Citado por Méndez Rubio, 2004:149), pero no pueden afirmarse modos únicos para dicho proceso.

De ahí que la institucionalidad también deba percibirse desde su caracterización heterogénea como “mediación espesa de interés y poderes contrapuestos” que presenta dos dimensiones en tensión. Según Martin Barbero (2002: 230) por un lado, apunta a un intento de dar estabilidad al orden constituido, por otro señala la reconstitución permanente de lo social. La estructura de sentimiento apunta a esta última dimensión, ya que para Williams se trata de una entidad que, en un momento específico, va por delante de las instituciones, es una experiencia social en proceso que todavía no está institucionalizada, y en su lugar se percibe socialmente como privada, idiosincrásica o aislada. Lo primero que indica su existencia son, dice Williams, los cambios en presencia; lo “segundo, el hecho de que aunque son emergentes o pre-emergentes, no necesitan esperar una definición, una clasificación o una racionalización antes de ejercer presiones palpables y de establecer límites efectivos sobre la experiencia y sobre la acción” (Williams, 1980:154). Este tipo de emergencias son las que, según Martin Barbero, estarían tratando de generar “institucionalizaciones otras, capaces de *dar forma* a las pulsiones y desplazamientos de la *ciudadanía* hacia el ámbito de lo cultural y del plano de la representación al del *reconocimiento instituyente*” (2002: 231).

La estructura de sentimiento remite, por lo tanto, a una concepción dinámica de la cultura, fuertemente inserta en la experiencia personal y todavía no necesariamente fijada por las instituciones. Además, a un tipo de experiencia cultural en la que tampoco es siempre posible

fijar el sujeto responsable<sup>133</sup>. Es una forma de vivir en una cultura, una respuesta a las normas y convenciones vivida y sentida pero no necesariamente catalogada y definida (Williams, 1980:155). Las estructuras de sentimiento se distinguen, según Williams, de otras formaciones e instituciones que han adquirido un grado de autoconciencia mayor<sup>134</sup> y cuyos componentes pueden ser utilizados como recursos culturales de forma inmediata.

El análisis de los textos mediáticos que proponemos en esta investigación -que nos ocuparán los capítulos V, VI y VII-, pretende observar estas dinámicas propias de la estructura de sentimientos que atañe a la solidaridad, es decir, no sólo atender a los componentes hegemónicos de la formación discursiva, sino tratar de señalar aquellos que están marcando la aparición de nuevas estructuras de sentimientos. Como hipótesis, y en ausencia de un estudio etnográfico sobre la manera en que los sujetos se apropian y experimentan la estructura de sentimiento analizada, creemos que la dimensión hegemónica de la formación discursiva de la solidaridad ha alcanzado un alto grado de autoconciencia, es decir, de institucionalización - como planteamos en el capítulo I al describir las características de la formación-, lo que le alejaría de la noción de estructura de sentimiento; mientras que en los márgenes de esta formación estarían operando sentidos aún por institucionalizar, más afines al planteamiento de base propuesto por Williams.

Por otra parte, en esta noción de institucionalidad está implicada la acción performativa de las estructuras, ya que -como hemos apuntado- no se remite a instituciones plenamente cristalizadas y concebidas de forma explícita para su uso, sino que se apunta a la necesidad que tienen los sujetos de orientarse en situaciones, al menos, relativamente desconocidas y para las que tienen que elaborar sentidos y hábitos creativos. Son los materiales culturales, los textos, los que nos proporcionan estas orientaciones pragmáticas que inscriben la estructura de sentimiento en un contexto particular.

<sup>133</sup> “Es un interrogante abierto -es decir, una serie de interrogantes históricos específicos- si en alguno de estos cambios este o aquel grupo ha sido dominante o influyente o si son resultado de una interacción mucho más general, ya que lo que estamos definiendo es una cualidad particular de la relación y la experiencia social, históricamente distinta de cualquiera otras cualidades particulares, que determina el sentido de una generación o de un período” (Williams, 1980:154).

<sup>134</sup> Siguiendo el modelo de la semiosfera de Lotman (1996) podríamos explicarlo desde la dinámica que se produce en el espacio semiótico, debido al principio de irregularidad, entre estructuras nucleares con una organización manifiesta y estructuras de periferia que presentan un modo semiótico más amorfo. “Si una de las estructuras nucleares no sólo ocupa la posición dominante, sino que también se eleva al estadio de la auto-descripción y, por consiguiente, segrega un sistema de metalenguajes con ayuda de los cuales se describe no sólo a sí misma sino también al espacio periférico de la semiosfera dada, entonces encima de la irregularidad del mapa semiótico real se construye el nivel de la unidad ideal de éste. La interacción activa entre esos niveles deviene una de las fuentes de los procesos dinámicos dentro de la semiosfera” (Lotman, 1996:29-30).



En la producción de estos materiales incide la tecnicidad que se refiere a un organizador perceptivo, “aquello que en las prácticas articula la transformación material a la innovación discursiva” (Martin Barbero, 2002:231), es decir, el diseño de nuevas prácticas comunicativas y la movilización de competencias discursivas. En el ámbito de la tecnicidad, la estructura de sentimiento participa de la “sedimentación de saberes narrativos, hábitos y técnicas expresivas” (Martín Barbero, 2002:231). La idea de Williams es la de una formación estructural que, en último término, debe materializarse, corporeizarse y establecer una cierta disponibilidad semántica a través de la cual hacerse comunicable. Y a partir de recursos semánticos se avanza hacia articulaciones específicas- es decir nuevas figuras semánticas que serán inscritas en prácticas, en una serie de materialidades culturales que, a menudo, emergen de forma aislada y que sólo después compondrán una formación estable de significantes, aunque a veces quedarán instituidas definitivamente como minoritarias. En este sentido, la estructura de sentimiento solidaria facilita la cristalización de un tipo de discurso público hegemónico a través de una serie de formatos – y géneros de discurso- como la publicidad social. Y, al mismo tiempo, la generalización y legitimación de dichos formatos transforma y conforma la estructura de sentimiento, modificando las matrices culturales en las que ésta interviene.

Por último, la estructura de sentimiento también afecta a la ritualidad, definida por Martin Barbero (2002:228) como “lo que en la comunicación hay de permanente reconstrucción del nexo simbólico (...), lo que en el intercambio hay de *forma* y de *ritmo*” y que analizaremos a través de las maneras en que los ejes temporales y espaciales se articulan en los cronotopos de la formación discursiva de la solidaridad. Esta dimensión de la ritualidad se refiere también a las gramáticas de la acción “del mirar, del escuchar, del leer que regulan la interacción entre los espacios y tiempos de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que con-forman los medios” (2002:228). En este trabajo daremos cuenta, fundamentalmente, de la ritualidad mercantilizada de la solidaridad, tal y como se propone en el espacio mediático hegemónico y no de las apropiaciones por parte de los destinatarios de dicha ritualidad. La estructura de sentimientos nos permite dotar de sentido a la experiencia, organizarla y, además, hacerla comunicable.

En resumen, la estructura de sentimientos opera como un eje articulador que nos permite relacionarnos con el entorno, dotarlo de sentido, organizarlo, comunicarlo, comprometernos con ese posicionamiento y, finalmente, transformarlo en un hábito perceptivo, cognitivo, afectivo y axiológico.

Su análisis debe dar cuenta de los sentimientos específicos que componen la estructura, de sus ritmos y debe también observar qué tipos de socialidad e institucionalidad generan, sobre qué modos de tecnicidad y ritualidad se sostienen. Esta perspectiva de investigación nos permite desarrollar una especie de análisis cultural proyectivo, a partir de la situación en la que las estructuras de sentimientos no están todavía plenamente categorizadas e instauradas. Esto supone, como diría Williams, no sólo analizar los flujos, sino establecer nuevos puntos de partida y conclusiones en el trabajo, entre ellos hacerse cargo de las consecuencias éticas que trae consigo la utilización de una perspectiva investigadora como ésta<sup>135</sup>, es decir, de su potencial como teoría crítica.

Conectamos esta perspectiva con la que De Sousa (2004) propone como sociología de las emergencias y de las ausencias<sup>136</sup>. La hipótesis de este autor es que lo que no existe es, de hecho, activamente producido como alternativa no existente a lo que existe. Desde este lugar, su objetivo de investigación es doble, por un lado, identificar las lógicas hegemónicas de invisibilización y destrucción y transformar lo que ha sido concebido como imposible en un objeto posible<sup>137</sup>, y por otro, identificar y valorizar experiencias sociales disponibles en el mundo, aunque sean declaradas como no existentes por la racionalidad y el conocimiento hegemónico. Su finalidad es identificar e iluminar los signos de futuras experiencias posibles, bajo la forma de tendencias o latencias<sup>138</sup>, que son activamente ignoradas en lo hegemónico.

Como sucede con las figuras y las estructuras de sentimiento, las emergencias de De Sousa no existen en un futuro indeterminado o infinito, sino que se trata más bien de una posibilidad concreta y una capacidad que ni existe en el vacío, ni está completamente predeterminada. Se trata entonces, desarrollando una especie de conciencia anticipatoria, de apropiarse para el

---

<sup>135</sup> Esté último asunto le retomaremos en las conclusiones de este estudio, puesto que uno de sus objetivos está íntimamente relacionado con la reflexión sobre el establecimiento de modelos de comunicación democráticos y solidarios, en los que la investigación, al igual que otros textos culturales, son parte importante.

<sup>136</sup> De Sousa aplica su propuesta en un análisis del Foro Social Mundial de Porto Alegre (2005).

<sup>137</sup> En esta línea de pensamiento se halla la aportación de Méndez Rubio, de la que nos ocuparemos a continuación, según la cual “tras la desaparición de la cultura (con minúsculas) bajo la hegemonía moderna de la Cultura, estaríamos asistiendo hoy a una hipervisibilidad de lo cultural, de sus implicaciones prácticas y políticas, en sentido amplio, al precio de un borrado de la que quizá sea su dimensión más radical: aquella que tiene que ver con lo popular” (Méndez Rubio, 2001:75).

<sup>138</sup> De Sousa se apoya en el trabajo de Ernst Bloch para formular su sociología de las ausencias y de las emergencias, de este filósofo toma la noción del “no-todavía” (*not-yet* o *noch nicht*), que defiende la opción de revelar y estudiar lo posible, procurando desechar los términos hegemónicos en la filosofía occidental de todo y nada. Buscando los espacios intermedios, De Sousa, describe el no a lo existente de una manera diferente, el “no-todavía” no indica sólo negarse y al tiempo afirmar algo diferente, sino que el “no-todavía” es expresión de lo que existe como mera tendencia y por eso cabe la posibilidad de que se convierta en otra cosa es, por tanto, la manera en que el futuro está inscrito en el presente.

análisis cultural de la capacidad (potencia) y de la posibilidad (potencialidad) de lo que aún no ha llegado a ser, pero emerge en los intersticios, en las fronteras, como dirá Méndez Rubio, en forma de (des)aparición.

Son posibilidades que se ubican en una dimensión de oscuridad, puesto que se originan en un momento vivido, que nunca es totalmente visible en sí mismo, ya que sus condiciones de posibilidad concreta sólo existen y se conocen parcialmente. Aunque se pueden dar dos situaciones bien distintas, según aclara Bloch, que se conozca a la perfección lo que sólo existe parcialmente, o que las condiciones de posibilidad estén presentes pero que no puedan ser reconocidas como tales, en virtud del conocimiento disponible.

La sociología de las emergencias es un tipo de análisis proyectual que focaliza su atención en la posibilidad. Y no conviene olvidar que la latencia puede culminar en frustración o en esperanza, dirá De Sousa. Un buen recordatorio para los que interpretan la performatividad y la resistencia cultural siempre desde el deseo de la salvación emancipatoria.

Con este contexto teórico de fondo, De Sousa explica que la sociología de las emergencias es una búsqueda dentro de las alternativas contenidas en un horizonte concreto de posibilidades. Esta indagación es, además, un compromiso por la ampliación simbólica de conocimientos, prácticas y agentes, porque sólo a través de esta ampliación es posible identificar las tendencias de futuro sobre las que sería posible intervenir y maximizar las opciones de esperanza de un proyecto frente a las de su frustración, como sucede con las líneas de fuga deleuzianas<sup>139</sup>.

De Sousa propone un modelo de análisis que pone en juego la imaginación y la creatividad sociológica, que persigue no sólo identificar, describir y analizar lo dado, sino promover la definición de principios para la acción. Si lo que se pretende es que el conocimiento sea proyectivo y frente a las dinámicas que están haciendo desaparecer partes de lo social<sup>140</sup> promueva las condiciones de posibilidad para la emergencia de lo que está por venir, según de Sousa, la búsqueda de las “determinaciones” y modelos causa-efecto, debería ser sustituida

<sup>139</sup> Los agenciamientos enunciativos se organizan en ejes de tensión territorialización y desterritorialización. La dinámica de desterritorialización, es decir, el desplazamiento de los agenciamientos enunciativos hegemónicos abre entre otras opciones líneas de fuga que podrán actuar de múltiples maneras para operar esta transformación a favor de las multiplicidades. No obstante, Deleuze y Guattari nos recuerdan los peligros intrínsecos a estos movimientos: “las líneas de fuga que siempre corren el riesgo de abandonar sus potencialidades creadoras para transformarse en línea de muerte, ser transformadas en línea de destrucción pura y simple (fascismo)” (Deleuze y Guattari, 2000:516).

<sup>140</sup> Todo aquello que desaparece sería parte de la sociología de las ausencias, que mencionaremos en otro apartado de esta investigación.

por una perspectiva de investigación que desarrolle en su lugar la cuestión del cuidado, la atención y la inquietud.

Frente a la axiología del progreso, De Sousa reclama la axiología del cuidado. Esto nos obliga como investigadoras e investigadores a imbricar indisolublemente el compromiso ético con la elección de los instrumentos conceptuales y metodológicos y, en nuestra opinión, a optar por aquellos conceptos y procedimientos que no bloqueen la posibilidad de indagar sobre las alternativas futuras.

Si hay un aspecto que hace que la sociología de las ausencias y la sociología de las emergencias no sean convencionales es la relación entre el objeto de estudio y la dimensión subjetiva. Según el autor, en la sociología de las ausencias, el elemento subjetivo es la conciencia cosmopolita y el no conformismo ante el despilfarro de la experiencia; en el caso de la sociología de las emergencias esta conciencia y actitud responde ante el deseo de realización de lo que está dentro de un horizonte de posibilidades.

Trabajar sobre las experiencias y las expectativas sociales precisa de una teoría de las emociones que permita conectar lo que, tradicionalmente, parece haberse presentado siempre como desconectado, más aún cuando el vínculo remite mayoritariamente a las narrativas del progreso, como sucede en la formación discursiva de la solidaridad.

Si la estructura de sentimientos nos incitaba a conocer “la respuesta a las normas y convenciones vivida y sentida, pero no necesariamente catalogada y definida”, la sociología de las emergencias nos incita a identificar las señales, pistas y trazas de las futuras posibilidades de lo existente. Los indicios son en ambos casos, y más en el marco de una perspectiva semiótica, imprescindibles para la producción de sentido.

### **3.10.1 Hegemonías, contra-hegemonías e in-visibilización**

Después de esta digresión sobre el análisis sociológico proyectivo, volveremos sobre la definición de los instrumentos metodológicos para el análisis de las prácticas culturales, específicamente, de los discursos mediáticos. Para ello, veremos qué relación guarda la estructura de sentimiento con la instancia que Antonio Méndez Rubio denomina “la apuesta invisible”. A lo largo de esta investigación tendremos ocasión de comprobar cómo uno de los problemas y desafíos de la cultura contemporánea occidental, al menos el que articula la formación discursiva solidaria, sigue ligado a la idea de la perfección de lo humano, vinculado a la construcción de una teórica “común humanidad” que políticamente se traduciría en cosmopolitismo.

Pese a la importancia que teórica y metodológicamente estamos concediendo a los lugares de frontera, los devenires y las expectativas, paradójicamente nuestro esfuerzo analítico se concentrará en la construcción de los territorios de la hegemonía, de la continuidad y la traducción reforzadora de este ideal de la cultura humana con mayúsculas. No obstante, creemos imprescindible situar los textos mediáticos hegemónicos en un contexto de análisis cultural que pueda dar cuenta de la dialéctica que éstos desarrollan en un marco de tensión entre lo hegemónico y lo contra-hegemónico, que caracteriza el espacio de las mediaciones masivas.

Por esta razón, consideramos pertinente recordar que la cultura moderna, aquella que se instaura a finales del XVIII principios del XIX, se desarrolla dialécticamente en el contraste entre la “esfera privilegiada y autónoma, como humanismo sublime, como ideal universal de perfección humana”, esto es, la forma de cultura con mayúsculas, y el pliegue que conforman las culturas plurales y en minúsculas.

Según Méndez Rubio, “la cultura es asumida por un diseño institucional que la invisibiliza” (Méndez Rubio, 2001:76). Esta dinámica explicaría, por ejemplo, la colonización de la cotidianidad por parte de las instancias de mediación institucionalizada, como sucede con las ONGD, en relación a modelos alternativos de acción social, cuestión de la que daremos cuenta más adelante. Esta invisibilización en relación al marco de referencia global de lo social sucede, simultáneamente, junto a otra lógica, en apariencia contraria, que es la hipervisibilidad. Las culturas son convertidas en invisibles, entre otros mecanismos, gracias a la hipervisibilidad que satura su representación, es decir, su presencia en el espacio público. La formación discursiva de la solidaridad desarrolla este tipo de mecanismo de representación normativa hipervisible que analizaremos a partir del modelo panóptico de Foucault.

Este modelo de Cultura hegemónica no ha dejado de operar, pero si de tener su base en el Estado-nación tradicional. En su lugar, la globalización ha puesto en evidencia que el universalismo abstracto de la Cultura moderna, de su elitismo y clasismo constitutivo se desarrollan hoy en la alianza entre la alta cultura y la cultura masiva, apoyadas ambas en el poder de la publicidad y la mercantilización de los discursos (Ibíd.:78). Sin embargo, esta tensión sólo puede producir una Cultura desde la falta, la carencia y fragmentación de identidad, porque lejos de existir un territorio cultural homogéneo en el que consolidarse, éste está siendo constantemente interpelado por prácticas culturales contra-hegemónicas, ubicadas en los espacios de frontera, por ejemplo, pero también por los procesos de reapropiación cotidiana de lo mediático. En este esquema, la participación, interpretación,

creatividad, esto es, la agencia de los sujetos, está concebida, únicamente, a través de los textos y prácticas culturales producidas por posiciones identitarias marginales pre-existentes, como tácticas que dinamizan vectores culturales que entrecruzan dicho territorio (Méndez Rubio, 2001:81).

En el sistema de régimen de control contemporáneo, lo contra-hegemónico, lo resistente, aquello que, por un motivo o por otro, cuestiona el orden, se ve afectado, a veces negado, o incluso, “desaparecido” como canta Manu Chao, mediante estrategias como la de hipervisibilidad, pero también a través de la creación de sistemas espectrales. El análisis de la enunciación nos permite acceder a estos sistemas espectrales que se despliegan mediante la arquitectura enunciativa y que caracterizan un mecanismo de desposesión del sujeto como posición común compartida y no tan sólo como característica de aquellos que culturalmente están determinados como excluidos.

Cuando nos referimos en esta tesis a lo hegemónico y su representación no nos referimos a la persistencia de una representación estereotipada y discriminatoria que afecta siempre a “otros” que se ven sustituidos, nos referimos, de forma más amplia, a un mecanismo de producción de agenciamientos singulares y colectivos que podrían estar constituyendo una experiencia compartida.

La interpretación de un discurso hegemónico –estereotipado- debe desplazarse desde una lectura que categorice las imágenes como buenas y malas, positivas y negativas, desde una perspectiva moralizadora, hacia una comprensión de los procesos de subjetivación presupuestos en las dinámicas de la diferencia cultural, tal y como la define Bhabha y otros autores de la teoría postcolonial. Juzgar estas representaciones acudiendo sólo a la normatividad es renunciar a intervenir en su transformación, ésta sólo es viable cuando emerge el vínculo entre su efectividad pragmática y el repertorio de posiciones de poder y resistencia, dominación y dependencia que construyen dichas posiciones de sujeto (Bhabha, 2002:67).

Por otro lado, el análisis debe observar cómo la promoción de representaciones hegemónicas, por ejemplo, la producción en los espacios de mediación de los delegados expertos, puede funcionar como un instrumento eficaz para bloquear la emergencia de estructuras de sentimiento que promuevan figuraciones alternativas en las que las expectativas sociales puedan emerger y tomar cuerpo, esto es, transformarse en figuraciones habitables.

Para luchar contra esta dinámica de bloqueo, obstaculización de alternativas y/o refuerzo de posiciones hegemónicas lo que parece resultar más potente son las perspectivas críticas que,

cómo hemos apuntado, no sólo cuestionan los regímenes establecidos de visibilización de la identidad, es decir, buscan un estereotipo más correcto o un lugar (otro) en el espacio de las formaciones discursivas dadas, sino que socavan esas lógicas procurando contestar y resistir la invisibilidad impuesta, tanto en las producciones culturales o mediáticas, como en las prácticas de investigación. Un proceso que, sin duda, proviene de la aparición de nuevas estructuras de sentimiento efectivamente vividas.

Esta exposición sobre la emergencia u obstaculización de lo contra-hegemónico, lo fronterizo, en el eje de tensión con lo masivo hegemónico, nos interesa en relación a una de las hipótesis básicas de esta investigación, la idea de que el sistema experto solidario de las ONGD, inscrito como una formación discursiva hegemónica en el espacio de las representaciones mediáticas – principalmente publicitarias-, esté, en cierta medida, obstaculizando formas, afectos, relatos, que podrían actuar como espacios de resistencia, lugares de imaginación, para la configuración de un mundo posible, en el que las representaciones del sufrimiento a distancia tuvieran otro modo de existencia. Pero, al mismo tiempo, esperamos haber destacado en este apartado que ambas no son instancias separadas y que de los espacios masivos institucionales también pueden emerger otras formas de discurso, o al menos servir como plataforma para la traducción hacia otros interpretantes en la cadena de la semiosis social.

# 4

## **Modernidad, orden social-moral y solidaridad**





## 4.1 El sistema de ayuda como garantía del orden social y moral

Para iniciar la exploración del eje genealógico en el que poder inscribir los discursos actuales de las ONGD, nos vamos a detener, en primer lugar, en la categoría de pobreza o, más bien, en la de pobres, como un punto de articulación para las nociones de caridad, beneficencia, ayuda y solidaridad, que serán centrales en el desarrollo de la formación discursiva analizada en esta tesis.

La relación entre nuestro objeto de estudio y la pobreza se explica porque la solidaridad, según los sentidos hegemónicos contemporáneos, se desarrolla dentro de un sistema de ayuda, de cooperación hacia aquellos que presentan algún tipo de necesidad o son víctimas de condiciones de desigualdad. Los discursos publicitarios de las ONGD son muy importantes en la configuración de la noción hegemónica de pobreza y de los imaginarios asociados a los pobres y sus contextos situacionales. ¿Quiénes son sus pobres? ¿Qué noción de pobreza presuponen los discursos publicitarios de las ONGD? Stuart Woolf, al evaluar los estudios históricos sobre la pobreza en Europa, concluye que “las nociones de pobre y de pobreza constituyen también esquemas y actitudes mentales, formas de representación social que resultan en imágenes precisas de quiénes y cómo son los pobres, y cuáles deberán ser sus formas de atención” (Citado por Castro, 1997).

La formación discursiva de la solidaridad desarrolla lo que se dio a conocer como “cuestión social” (Arendt, 1967) insertándola en los espacios políticos, como ya sucedió en el siglo XVIII. Postula una categorización de los pobres que está íntimamente relacionada con nuestro universo cultural, con la subjetividad moderna y, por supuesto, con los contextos socio-económicos y políticos presentes.

La pobreza es una experiencia, un fenómeno social que necesita, como todas, de encarnación signica y de incorporación en un horizonte de sentido, en el que se establece un acervo común de valores e imaginarios<sup>141</sup> compartidos. La pobreza, por tanto, comprendida como experiencia, no es sólo una cuestión cuantificable ni de privación material, una posición

---

<sup>141</sup> Incluso las expresiones de la pobreza, pretendidamente más inmediatas y fisiológicas como el hambre precisan de alguna forma ideológica, de un tipo de discurso entonado, orientado. Voloshinov explica que “se puede sentir el hambre de una manera suplicante, molesta, rencorosa, indignada. (...) Depende de la situación inmediata de la vivencia, así como de la situación social general del hambriento, la dirección que va a tomar el despliegue entonacional de la sensación interna de su hambre. Son justamente éstas las condiciones que determinan el contexto valorativo y el horizonte social en que se toma la conciencia de la vivencia del hambre” (Volosinov, 1992: 123).

objetiva y objetivable, sino un fenómeno complejo<sup>142</sup>, una experiencia que implica a los sujetos y sus relaciones, presupone una serie de objetos, condiciones materiales de vida, valorizaciones y sentimientos.

En cierto marco de sentido, como el de Arendt, "la pobreza es algo más que carencia; es un estado de constante indignidad y miseria extrema cuya ignominia consiste en su poder deshumanizante" (Arendt, 1967: 68). Si bien han existido formas de pobreza valoradas positivamente en nuestra historia, tanto en el pasado como en el presente, como las ordenes mendicantes de la Edad Media y otros tipos de renuncia voluntaria a bienes materiales, esta investigación no trabaja sobre este tipo de experiencias que están adscritas al campo semántico de la pobreza, sino sobre aquellas formas de pobreza que entendemos como fenómeno social "deshumanizante"<sup>143</sup>.

Las nociones de pobreza se desarrollan en el nivel de las ideologías cotidianas<sup>144</sup> a través de las estructuras de sentimiento (Williams, 1980); pero también cristalizan en sistemas ideológicos estructurados, dotados de memoria, que configuran posiciones y relaciones de poder y, fundamentalmente, nos hablan de la relación de los pobres con el orden social general y su función como "los otros".

El objeto de atención compasiva durante el siglo XIX, la época de institucionalización de la beneficencia y la caridad por excelencia, está concentrado en "los pobres", una figura mitificada y condensada, muy alejada de la diversificación que existe en la sociedad global contemporánea en torno a los objetos de ayuda y los sujetos que la precisan.

<sup>142</sup> Como explica Amartya Sen en el artículo Las distintas caras de la pobreza (2000): "Algunos tipos de pobreza son bastante fáciles de identificar. Pero las privaciones pueden tomar muchas formas diferentes. La pobreza económica no es la única que empobrece la vida humana. (...) Las vidas humanas se pueden empobrecer de muchas maneras. Los ciudadanos sin libertad política -ya sean ricos o pobres- están privados de un componente básico del buen vivir. Lo mismo se puede decir de las privaciones sociales como el analfabetismo, la falta de sanidad, la atención desigual a los intereses de las mujeres y las niñas, etcétera". (Se puede consultar en <http://www.esi2.us.es/~mbilbao/pdf/pobreza.pdf>)

<sup>143</sup> El comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU define la pobreza como: "una condición humana que se caracteriza por la privación continua o crónica de los recursos, la capacidad, las opciones, la seguridad y el poder necesarios para disfrutar de un nivel de vida adecuado y de otros derechos civiles, culturales, económicos, políticos y sociales. Aunque reconoce que no hay ninguna definición universalmente aceptada, el Comité apoya este concepto multidimensional de pobreza, que refleja la naturaleza individual e interdependiente de todos los derechos humanos". ONU, E/C12/2001/10, 10 de Mayo de 2001.

<sup>144</sup> Las ideologías cotidianas son conjuntos de experiencias vivenciales y de las expresiones relacionadas con ellas. "Los sistemas ideológicos articulados de la moral social, de la ciencia, del arte, de la religión se cristalizan a partir de la ideología cotidiana y a su vez la influyen retroactivamente, dando en condiciones normales el tono a la ideología cotidiana" (Voloshinov, 1992:128).

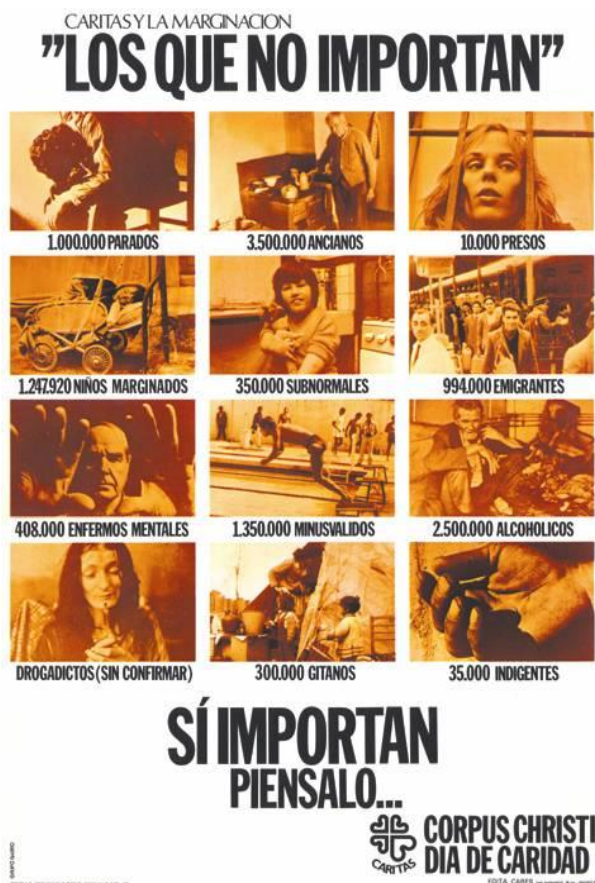


Figura 14 Cáritas (1978)

En aquella época, en el ámbito religioso y estatal, se atendía a los pobres en general, y éstos conformaban una colectividad que agrupaba a enfermos, desahuciados, pero también a vagos, delincuentes y maleantes<sup>145</sup>. El pobre ha funcionado tradicionalmente como un paradigma de lo inadaptado y anormal<sup>146</sup> (Figura 14). No obstante, la pobreza y los pobres nunca han sido categorías uniformes, homogéneas y unificadas, sino que en ellas se articulan otras categorizaciones, situaciones y concepciones diversas, como la de necesitado, dependiente, excluido, refugiado, etc.; a las que se le añaden otras políticamente incorrectas, que suelen quedar implícitas como las de salvaje, violento, vago, inútil, fracasado,

depravado, colonizado, o subdesarrollado.

La relación entre pobreza y ayuda no sólo remite a la experiencia de instituciones concretas<sup>147</sup> de orden disciplinario, ya sean filantrópicas o penitenciarias, sino que, en un plano mucho más general y abstracto, esta relación está ligada a la posibilidad de una sociedad, a la existencia de una vida común y al establecimiento de un orden. Es decir, la pobreza y los pobres, la compasión y la acción piadosa, nos hablan del orden social, de sus condiciones y de las normas

<sup>145</sup> "El siglo XIX, por medio del juego de las diferenciaciones y de las ramificaciones disciplinarias, ha construido unos canales rigurosos que, en el corazón del sistema, encauzan la docilidad y fabrican la delincuencia por los mismos mecanismos. Ha habido una especie de "formación" disciplinaria, continua y coactiva, que tiene cierta relación con el curso pedagógico y con el escalafón profesional. Diseñándose de este modo unas carreras tan seguras, tan fatales, como las de la función pública: patronatos y sociedades de socorros, colocaciones a domicilio, colonias penitenciarias, batallones de disciplina, prisiones, hospitales, hospicios" (Foucault, 2002: 280).

<sup>146</sup> Como mostrará Foucault en su obra *Vigilar y Castigar* (2002) la caridad y la beneficencia están muy ligados al sistema penitenciario; ambas son las caras de una misma moneda, como hoy lo siguen siendo en los discursos que ligan pobreza, desarrollo y seguridad en el orden mundial.

<sup>147</sup> El trabajo de Geremek, *La piedad y la horca* (1998), es uno de los primeros en abordar las transformaciones de la pobreza unidas a los cambios que se producen en los sistemas de ayuda, las políticas sociales y las doctrinas que los guían tanto de carácter religioso como secular.

que rigen en una sociedad dada. Los discursos hegemónicos que regulan las figuraciones en las que se inserta el fenómeno de la pobreza tratan de legitimar una condición de desigualdad así como, con ello, la existencia de seres desiguales, jerarquizados como ricos y pobres, felices e infelices<sup>148</sup>.

El orden social y las normas configuran lo que es correcto, adecuado y apropiado. Este marco de normalidad en las sociedades complejas rara vez se define en positivo y apenas puede ser explicitado; en su lugar se expresa y delimita a partir de su negatividad, de aquello que es categorizado como desordenado, anormal, excluido, inadecuado o impropio. Foucault (2002) explica cómo los locos, los criminales y también los pobres –asociados con la enfermedad mental y la delincuencia– son fundamentales para el mantenimiento del orden social porque permiten establecer la norma, crean la ilusión de normalidad, desde la cual todo aquello que es incorrecto queda excluido, marginado, anulado, desvalorizado o invisibilizado.

Desde este paradigma, si la anomalía y la inadecuación de los pobres definen un afuera; la actitud benevolente y humana por excelencia –la compasión– se sitúa en el centro del sistema como eje articulador. Este planteamiento destaca la consideración del pobre como dependiente, al abordarlo como una figura social que emerge a través de la acción mediadora de la beneficencia. Desde este punto de vista el pobre es, ante todo, la condición para la exhibición moral del sujeto benefactor o afortunado. Según explicaremos más adelante, el sentimiento compasivo es el que permite la unidad del sujeto liberal, como un sujeto moral, lo que no sólo otorga unidad al sujeto sino a la propia sociedad a través del mecanismo de la simpatía.

---

<sup>148</sup> Parte de la teoría marxista se fragua analizando cómo el aparataje filantrópico crece y se instituye de la mano de la dominación del modo de producción burgués. Según Marx, en la obra *La miseria de la filosofía* (1847) las contradicciones del nuevo modo de producción capitalista burgués guardan una estrecha relación con la emergencia de lo humanitario y filantrópico. En su opinión serán dos caras de la misma moneda, análogamente al sistema caritativo religioso y al orden penitenciario. La escuela humanitaria, según Marx, justifica cierto orden social buscando paliativos para las desigualdades, y aunque esta escuela lamenta las condiciones miserables del proletariado y la competencia desenfrenada entre los burgueses, la solución que busca es, en su opinión, insuficiente. Esta perspectiva aconseja a los obreros ser sobrios, trabajar bien y traer al mundo pocos hijos; mientras que, a su vez, recomienda a los burgueses aplicar una pasión moderada sobre la producción. La solución a problemas estructurales parece recurrir a la moralización, una cuestión central también para la filosofía política contemporánea. En último término, esta perspectiva –crítica Marx– aspirará a eliminar, a través de la filantropía y desde la negación de la relación antagonista negando las contradicciones de la coyuntura socio-histórica, el malestar que el propio modelo productivo ha creado, promoviendo el ideal de igualdad burguesa, que, de alguna forma, sigue vigente en los paradigmas actuales del desarrollo. Los filántropos, piensa Marx, quieren conservar las categorías que expresan las relaciones burguesas sin el antagonismo que las constituye y que les es, por tanto, indisoluble. Marx esperaba que con el tiempo y la asunción de una conciencia de clase fuese posible al contemplar la miseria percibir su dimensión política y su condición deshumanizante, haciendo emerger su potencial político revolucionario.

Será a partir de finales del Siglo XVIII cuando esta relación entre valores caritativos y piadosos, religiosos o secularizados, se problematice en el pensamiento ilustrado a partir del proceso de aparición del Estado moderno, y evolucione en formas diversas tanto en la concepción y organización de los sistemas de ayuda, como en el proceso de politización de la “cuestión social”.

El pensamiento ilustrado nos ofrece la primera teorización moderna sobre estos asuntos, una línea teórica que será desarrollada con posterioridad por la mayoría de las corrientes sociológicas contemporáneas. Entre todas ellas, nos gustaría destacar el trabajo de Simmel (1977). Este autor, como hemos mencionado, elaboró la noción de pobre y de los sistemas de ayuda como categorías sociológicas, tratando de encontrar en ellas un esquema organizativo que le permitiese indagar el orden social y ético. En su opinión, a la idea de asistencia como deber compasivo, presupuesta en la herencia ilustrada, habría que oponerle la idea de la asistencia como derecho. Su hipótesis es que todos los derechos significan deberes para los otros, porque si no fuese así y los derechos pudiesen satisfacerse sin implicar un deber, no necesitaríamos tal categoría. De ahí que en una construcción ético-ideal, dice Simmel, habría que interpretar “todas las prestaciones del amor y la compasión, de la generosidad y del impulso religioso, como derechos del beneficiado por ellas.” (Simmel, 1977:479-480) Esta no parece haber funcionado como la concepción hegemónica en nuestra cultura, en la que ha primado, por el contrario, la defensa de la asistencia como deber compasivo.

En el esquema preferente de Simmel, el derecho es el punto de partida porque siempre se está más dispuesto a reivindicar un derecho que a cumplir un deber. Aceptado este principio, existen dos posiciones básicas: por un lado, “el deber que tenemos para con los pobres, puede aparecer como simple correlato de un derecho que asista al pobre”; y por otro lado, “el derecho al socorro se funda en la pertenencia del necesitado al grupo” (Simmel, 1977:480-481). Lo que permite establecer el derecho del pobre, en uno y otro caso, es disminuir la vergüenza, dada la descalificación que implica pedir una limosna apelando a la compasión o al sentimiento de deber, en lugar de exigirla como un derecho.

Aunque Simmel propone el derecho como presupuesto básico de un sistema ideal, no es ajeno a los límites y al espacio de indecisión que caracteriza al mismo. Esta limitación tiene lugar, sobre todo, cuando el socorro “se verifica en dinero porque el carácter puramente cuantitativo y relativo del dinero, dificulta la delimitación objetiva de las pretensiones mucho más que los socorros en especie” (Simmel, 1977:481). ¿Cuánto bienestar debe exigir el pobre? ¿Cuánto vale su acceso, y su aspiración a la igualdad? Otro asunto conflictivo, que reaparecerá en la

discusión contemporánea sobre la justicia y la desigualdad, es contra quién ha de dirigirse el derecho del pobre, es decir, en qué actor reside la responsabilidad frente a las condiciones injustas y la búsqueda de soluciones. En este sentido, si el pobre considera que su situación es una injusticia del orden cósmico, “la demanda del pobre se dirige en este caso al individuo, pero no a un individuo determinado, sino al individuo considerado como solidario de la humanidad en general” (Simmel, 1977:482), mientras que si consideramos su pertenencia a una colectividad, el pobre dirige su pretensión hacia los miembros de una comunidad particular.

En contraposición a este modelo existe el de la asistencia como deber compasivo. Siguiendo este modelo ilustrado, cuando el deber es el punto de partida, “en el caso extremo, el pobre desaparece por completo como sujeto legítimo y punto central de los intereses en juego. El motivo de la limosna reside entonces exclusivamente en la significación que tiene para el que la da” (Simmel, 1977:483). Al eliminar al pobre del proceso y no permitirle desempeñar otro papel que “el de cepillo en el que echar limosnas”, se corta la acción recíproca y la donación deja de ser un hecho social para convertirse en un hecho puramente individual, una acción que contradice la lógica del don, teorizada por Marcel Mauss, como hemos señalado<sup>149</sup>.

Se cortocircuita la lógica del don, pero no por ello esta lógica deja de tener una importantísima trascendencia en la conformación del orden, ya que si el sujeto benefactor ha renunciado a un egoísmo extremo por llevar a cabo una acción caritativa, no lo ha hecho por amor al pobre, según Simmel, ni por respeto a sus derechos, sino que su interés ha sido sublimado en la consideración a la sociedad. La limosna y la asistencia nunca son consideramos fines últimos, sino medios, en uno y otro modelo, tanto cuando se está cumpliendo un deber como cuando se responde al ejercicio de un derecho.

La conclusión fundamental de Simmel, que será nuestra guía en este trabajo, es que la asistencia y la compasión son garantía del orden social. “Lo que la asistencia se propone es, justamente mitigar ciertas manifestaciones extremas de la diferencia social, de modo que

---

<sup>149</sup> Marcel Mauss (1950) con su teoría sobre el don estableció una de las perspectivas ineludibles para analizar las relaciones de solidaridad y reciprocidad social. Según Mauss, el don se caracteriza por ser un acto colectivo, no limitarse al intercambio de bienes económicos útiles y porque las prestaciones que se realizan bajo el supuesto de voluntariedad son rigurosamente obligatorias. Podemos entender el don como una lógica que estructura a la sociedad, dado que en los fenómenos donatarios están implicadas dimensiones jurídicas, económicas, religiosas, morales y también estéticas. Este autor, sitúa la “reciprocidad obligada” en la base de la comunidad -de los lazos sociales- y considera que, para que el circuito del don no se quiebre, debe siempre permanecer de alguna manera esta obligación del dar que convierte en insuficiente cualquier intento de “devolver” capaz de saldar la deuda que vincula a los sujetos. Se puede leer un acercamiento al don en el ámbito de las ONG, desde una perspectiva antropológica, en Picas (2003) y desde una perspectiva ética en filosofía en Marinas (2001).

aquella estructura pueda seguir descansando sobre esta diferencia. Si la asistencia se apoyase en el interés hacia el pobre individual, no habría en principio límite alguno impuesto al traspaso de bienes a favor de los pobres, traspaso que llegaría a la equiparación de todos. Pero como se hace en interés de la totalidad social (...) no tienen ningún motivo para socorrer al sujeto más de lo que exige el mantenimiento del *status quo* social” (Simmel, 1977:485) El pobre participa en la asistencia no como sujeto con fines propios, sino sólo como miembro de la organización teleológica del Estado; su papel en esta función del Estado es, sin embargo distinto de aquel que cumple el ciudadano acomodado.

En opinión del autor, “lo que importa sociológicamente es darse cuenta de que la posición particular en que se halla el pobre socorrido –en virtud de la cual su situación individual le convierte en término extremo de la acción de socorro-, y por otra parte, le coloca frente al Estado en la posición de un objeto sin derecho, de una materia inerte-, no impide su coordinación en el Estado, como miembro de la unidad total política” (Simmel, 1977:489) Para Simmel, la asistencia se comprende mejor como una parte de la organización del *todo*, al que el pobre pertenece lo mismo que las clases propietarias. Es decir, el pobre, en cierto sentido, es un objeto en la relación de donación pero, al mismo tiempo, forma parte del todo social, de la unidad abstracta y transpersonal. En conclusión, “el pobre tiene un derecho al socorro, y existe un deber de socorrerlo, deber que no se orienta hacia el pobre como titular del derecho, sino hacia la sociedad a cuya conservación contribuye” (Simmel, 1977:495).

Por un lado, los pobres son el paradigma de lo inadaptado y anormal y por otro, la garantía para el mantenimiento del orden y la moral. Según Bauman, mientras que el orden excluye y destierra a aquellos que lo alteran, la norma excluye a aquellos que no se adecuan a la norma. Y esta exclusión dual es la que resulta funcional para el sistema. Teniendo en cuenta esto, comprendemos porqué la actitud hacia los pobres es una actitud ambivalente de temor y repulsión, a la vez que de misericordia y compasión. Sentimos temor porque su misma existencia y su comportamiento cuestionan nuestras normas y el orden que define el espacio de los privilegiados, pero al mismo tiempo, la educación sentimental que hemos heredado, la idealización ilustrada de la escuela filantrópica nos induce a actuar frente a ellos con compasión. Estas actitudes generan unas conductas que han conseguido que siempre se atribuyese a los pobres una función útil en la defensa y la reproducción del orden social y en el esfuerzo por preservar la obediencia a la norma (Bauman, 2000) <sup>150</sup>.

<sup>150</sup> La implantación de la sociedad de consumo a lo largo del siglo XX nos convierte, ante todo, en ciudadanos consumidores y antepone la ética del trabajo que se fragua tras la consolidación del sistema



Sin embargo, los sujetos afortunados, los ciudadanos, no serán responsables de dicha exclusión porque “en ambos casos, se culpa a los excluidos de su propia exclusión; las perspectivas del orden y la norma reparten culpas de antemano, deciden a priori, y en contra de los excluidos, el problema del sufrir frente al hacer. A través de sus acciones, señaladas como motivo de exclusión –acciones *incorrectas*- los excluidos “eligen” su propia desgracia; son, en el proceso, sus propios agentes, (...) Quedar excluido aparece como el resultado de un suicidio social; no de una ejecución por parte del resto de la sociedad. Es culpa de los excluidos por no haber hecho nada, o no lo suficiente, para huir de la exclusión” (Bauman, 2000:132).

Si los excluidos cometen un suicidio social, por no esforzarse lo suficiente para integrarse en el orden y la estructura de producción industrial, su reclusión y vigilancia será un acto en sí mismo de caridad, que legitima la identificación entre pobreza y delincuencia, que hemos mencionado. “Privar a los excluidos de su libertad (libertad que, sin duda, usarán mal o despreciarán) es una necesidad imperiosa para proteger la ley y el orden; hasta podría afirmarse que es para bien de los excluidos. La vigilancia policial, el control y la supervisión de su conducta son actos de caridad, verdaderos deberes éticos” (Bauman, 2000:133). Pero no sólo habrá que recluirles y vigilarles gracias a los nuevos sistemas que la ciencia está diseñando con dicho objetivo, como el modelo panóptico de Bentham, sino que además, antes incluso, dirá Foucault, de considerar al criminal (pobre/infeliz) como un objeto de ciencia, “será soñado como un elemento de instrucción” (Foucault, 2002: 104). Las organizaciones disciplinarias que llevaban a cabo este ejercicio de control perseguían, por tanto, objetivos múltiples: de orden religioso (la conversión y moralización de todos los integrantes de la sociedad, incluidos los excluidos); de tipo económico (el socorro en los casos extremos y, sobre todo, la incitación al trabajo de los vagos y viciosos); y de tipo político (la lucha contra el descontento social y los posibles focos de agitación).

Estos objetivos están lejos de la concepción de la pobreza y la miseria como una condición dotada de potencial revolucionario y político, como la imaginaba Marx; por el contrario, la consolidación de la sociedad de mercado y de los valores de consumo han favorecido el mantenimiento de la noción de pobreza y miseria como ámbitos despolitizados. La pobreza, tanto en los discursos filantrópicos como en los solidarios, está mucho más cerca de los rituales de consumo y de la experiencia compasiva propia del sentimentalismo, que de la lucha

---

de producción industrial. Este desarrollo trae consigo la incorporación de los parados como nuevos agentes parasitarios del orden y establecerá la inserción laboral como instrumento privilegiado para la adquisición no sólo de medios de subsistencia sino de reinserción social y rehabilitación moral, según explica Bauman en su obra *Consumismo y nuevos pobres* (Bauman, 2000).

por la justicia y la transformación social.

Desde la perspectiva dominante, los pobres lo son en virtud de su posición como necesitados, lo que presupone un relato sobre la ayuda, la acción caritativa o benevolente articulada en torno a la compasión y la piedad. Como hemos visto a lo largo de estas páginas, “el pobre, como categoría sociológica, no es el que sufre determinadas deficiencias y privaciones, sino el que recibe socorros o debería recibirlos, según las normas sociales” (Simmel, 1977:517). Según este punto de vista, la pobreza está ligada socialmente a los sistemas de ayuda y, por esa razón, es consustancialmente funcional al orden.

Veremos más detalladamente cómo estos planteamientos siguen hoy presentes en los discursos de las organizaciones contemporáneas de beneficencia y solidaridad, si bien enunciados desde posiciones que han experimentado notables desplazamientos, aunque siguen compartiendo ciertas máximas tradicionales como: promover valores éticos y morales basados en el “fondo de común humanidad”; desarrollar la ayuda humanitaria y promocionar los medios para un trabajo autónomo de las poblaciones desfavorecidas y utilizar la cooperación como un medio para prevenir fenómenos violentos que provengan de los otros - inseguridad tanto ecológica como sanitaria y que, por supuesto, incluye la que deriva del terrorismo y otras formas de violencia.

#### **4.1.1 De la “beneficencia” de los pobres a la “solidaridad” con el “Tercer Mundo”**

En consonancia con las ideas expuestas hasta el momento repasaremos en este apartado algunos textos históricos, desde finales del XIX que nos permiten transitar por algunas de las notas características de lo que fue el discurso de beneficencia y caridad en España durante gran parte del siglo pasado, discurso que hunde sus raíces en la estructura de sentimiento y en el modelo de subjetividad y de orden social, político y moral que heredamos del pensamiento ilustrado moderno que se desarrolló a finales del siglo XVIII . Los ejemplos seleccionados nos permitirán hacer una primera aproximación a la formación discursiva de la solidaridad, así como a la estructura de sentimiento y las representaciones que vehicula, asuntos de los que nos ocuparemos y sobre los que realizaremos un análisis pormenorizado en los siguientes capítulos. Este breve recorrido nos ofrecerá claves para comprender el discurso solidario español en el siglo actual.

La reconstrucción genealógica de los discursos solidarios procede, en nuestra opinión, a través de dos líneas diferenciadas, por un lado destaca el origen religioso<sup>151</sup> de estos discursos, por otro, la tradición laica a través del internacionalismo obrero<sup>152</sup> surgido de las revoluciones modernas. Este último es un movimiento especialmente importante porque transforma la fraternidad ilustrada y la beneficencia y caridad cristianas en la solidaridad contemporánea.

Con el apoyo de estas líneas genealógicas queremos proponer la idea de que la solidaridad actual no puede considerarse desde la hipótesis de una fractura entre los modelos tradicionales establecidos por el catolicismo en España desde el siglo XIX y las nuevas fórmulas de organización e intervención social que afloran, sobre todo, a finales del XX.

Elaborar una trayectoria nos permite encontrar líneas de continuidad y, con ello, mostrar en qué medida la publicidad de las ONGD actuales está traduciendo discursos, -relatos, imaginarios, etc.- que tienen una larga tradición y que podemos localizar realizando un ejercicio de rastreo genealógico.

### a) Beneficencia, filantropía y caridad



**Figura 15 Reproducciones facsímiles de las huchas del Domund**

El sistema de beneficencia cuenta, a finales del siglo XIX en España, con una amplia organización en la que interviene tanto el Estado como la iniciativa privada. Las sociedades de amigos de los pobres, las casas de socorro, los asilos, los hospitales de beneficencia y los hospicios, conforman todo un entramado de organizaciones que desarrolla un corpus de legislación y una reflexión moral acerca de su objeto de atención, que desborda el ámbito de las creencias religiosas para avanzar hacia una reflexión científica, que a su vez tiene como objetivo ordenar el

<sup>151</sup> Los historiadores que se han ocupado de la pobreza en Europa, como Geremek, coinciden en señalar que el peso de la tradición religiosa cristiana es fundamental para comprender la noción de pobreza y los regímenes de ayuda, tanto en el propio ámbito cristiano como en el de otras religiones y espacios secularizados que la mantienen como trasfondo. La tradición cristiana en el espacio de las ONGD no sólo está presente por la existencia de organizaciones confesionales, sino también por acentos y contenidos discursivos que muestran y recuperan la tradición judeo-cristiana, fundamentalmente católica de nuestra sociedad. En España, la primacía de la orientación religiosa Gómez Gil (2005) ha obstaculizado, en parte, la aparición de modelos alternativos de carácter secularizado, como sí ha sucedido en otros países europeos.

<sup>152</sup> Los antecedentes más cercanos en esta línea se sitúan en la corriente de simpatía que generaron los movimientos revolucionarios de izquierda en América Latina: Cuba, Nicaragua, El Salvador o el Sahara, así como el movimiento anti-OTAN (ya en la década de los 70) (González Parada, 1995:28).

desorden implícito en la figura de los necesitados y aunar, eficazmente, el espíritu de las almas compasivas dispuestas a ayudar a otras criaturas (Figura 15 y Figura 16).

Hemos tomado como ejemplo de esta perspectiva el trabajo y la obra ensayística de Concepción Arenal<sup>153</sup>, entre las que destaca *Beneficencia, filantropía y caridad*<sup>154</sup> (1861), gracias al cual podemos dar cuenta de alguna de estas líneas de continuidad que existen entre los discursos de finales del XIX y los discursos publicitarios solidarios de finales del XX.

En la obra de Arenal se consignan ideas claves, que permanecen hoy vigentes. La autora expone el principio de que el Estado, garante del orden, ha de reconocer su obligación de amparar al desvalido. Por tanto, la caridad es un asunto de Estado, lo que no implica que toda su gestión lo sea, ni que se trate de un deber que ha de ejercer el Estado en exclusiva,<sup>155</sup> sino que nos hallamos ante una obligación que afecta a la sociedad en su conjunto. Arenal percibió que el modelo de la antigua caridad estaba agotándose y que debía transformarse en una beneficencia organizada de la mano de la intervención estatal. “La antigua caridad que daba en las calles y a la puerta de los conventos, desapareció, o se halla profundamente conmovida; la caridad, bajo su nueva forma, no se halla organizada” (Arenal, 1861). Para la autora, esta nueva organización precisaba de una entidad reguladora que fuese capaz de integrar la labor pública con las voluntades privadas. De no ser así, la sociedad que aún no contaba con una fuerte opinión pública sensibilizada, se seguiría sosteniendo tan sólo sobre un precario “instinto público”, un “deseo del bien”, de ayuda, con el que no lograría abandonar la indiferencia y la pasividad. Es decir, “entretanto, el desdichado no recibe socorro, y, lo que es más grave todavía, *el dichoso se acostumbra a no compadecer*” (Arenal, 1861, énfasis nuestro). En este contexto se reproduce la tensión entre la caridad como deber y como derecho puesto que si “el desvalido tiene derecho a que la sociedad le auxilie en *todas* sus necesidades, (esto será) hasta donde le sea *posible*” (Arenal, 1861).

<sup>153</sup> Concepción Arenal es una mujer feminista, fundadora de las Damas de las Conferencias de San Vicente de Paul, y secretaria de las Sección Nacional de las Damas de la Cruz Roja, trabajó como visitadora de la cárcel de mujeres. Ensayista y escritora fue premiada por la Academia de las Ciencias Morales y Políticas en 1861 por su obra *Beneficencia, filantropía y caridad*.

<sup>154</sup> El texto está digitalizado por la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes y se puede consultar en el siguiente enlace:  
<http://www.alcudiavirtual.ua.es/servlet/SirveObras/public/13550596545022496754491/index.htm#PagInicio>

<sup>155</sup> “Admitido el principio, que nadie se atreve a negar, de que el Estado tiene obligación de amparar al enfermo pobre y al desvalido, la lógica y el sentimiento sacan esta imprescindible consecuencia: *Es un deber de la sociedad procurar a los desvalidos la mayor suma de bien posible*” (Arenal, 1861). Hoy en día, sigue siendo el Estado y los Organismos Internacionales quienes destinan y gestionan la mayor parte de los recursos de la cooperación internacional, aunque el porcentaje de recursos privados ha experimentado un crecimiento sostenido durante las últimas décadas.

Para Arenal, en primer lugar, la norma indica que es una obligación moral sentir y conectar con la esencia del ser humano como un ser que empatiza con otros semejantes que sufren; en segundo lugar, eso nos predispone a vencer la indiferencia, que no merece más que la indignación por ser contraria a la moralidad y la razón compartida; y en tercer lugar, esta emoción quedará encarnada en múltiples manifestaciones que guían los juicios que sostienen las reglas, prácticas y leyes de la ayuda a los necesitados. Emoción y razón, enternecimiento y eficacia, ciencia y voluntad acuden de la mano en el esquema de Concepción Arenal que aboga por una estructura de la beneficencia que debería adecuarse a ciertos preceptos, algunos de los cuales tienen hoy plena vigencia:

- “1º Organización de asociaciones<sup>156</sup> filantrópicas; comunicación, *comuni6n* de los compasivos; unidad y mutuo apoyo en sus esfuerzos.
- 2º Obligaci6n impuesta a toda asociaci6n religiosa de ejercitarse en alguna obra de caridad.
- 3º Publicidad en todo lo concerniente al ramo de Beneficencia.
- 4º Evitar hasta donde sea posible la aglomeraci6n de los desvalidos.
- 5º Llamamiento al sacerdote y a la mujer<sup>157</sup>, como indispensables auxiliares.
- 6º Dar a la Beneficencia el auxilio de las ciencias.”

El ejercicio y la estructura de la beneficencia deben apropiarse de todos los instrumentos a su alcance. Entre ellos destacan las herramientas comunicativas<sup>158</sup>, dado que la red del tejido

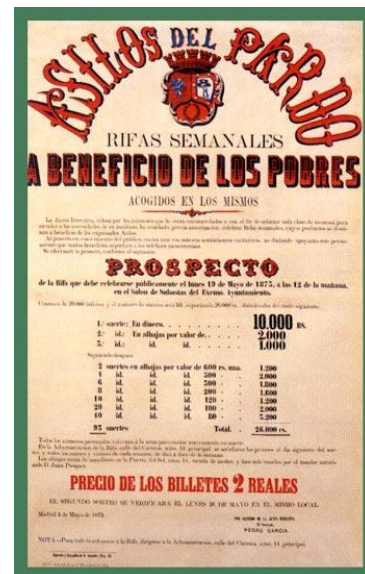


Figura 16 Asilo del Pardo. Rifa semanal a beneficio de los pobres (1873)

<sup>156</sup> Algunos años antes Alexis de Tocqueville declaró al hablar sobre *La democracia en América* que “en los países democráticos, la ciencia de la asociaci6n es la ciencia madre; el progreso de todas las demás depende del progreso de ella. (...) Para que los hombres sigan siendo civilizados, o lo lleguen a ser, es preciso que se desarrolle entre ellos el arte de asociarse, y que se perfeccione, en la misma relaci6n en que crece la igualdad de condiciones” (Tocqueville, 1969:275-276).

<sup>157</sup> La dimensi6n de genero en la formaci6n discursiva de la solidaridad ha sido abordada en un trabajo complementario a esta tesis que se encuentra en: “Una construcci6n “solidaria” de la subalternidad: mujeres en la publicidad de las ONGD” en Sánchez Leyva, MJ y Reigada, A. (eds) (2006).

<sup>158</sup> “La publicidad es el único medio de que se forme opini6n pública en materia de Beneficencia; el único de que se generalicen ciertas ideas elementales, ciertas nociones útiles; el único de que se extienda el conocimiento de lo que pasa en los asilos piadosos, cuál es y cuál debería ser su estado, cuáles los abusos que en ellos se cometen, los auxiliares que tienen, los que necesitan; y el único, en fin, de destruir en la masa del público esa fatal indiferencia, que abre un abismo entre el necesitado y el que puede socorrerle, entre el malvado y el que debe castigarle” (Arenal; 1861).

asociativo no sólo cumple, para la autora, la función de organizar eficazmente sentimientos y disposiciones frente al sufrimiento, sino que configurarían además “una especie de trama, que cubriría la nación entera<sup>159</sup> y para lograrlo “la publicidad sería a la vez un eco y un faro”.

Junto a los instrumentos comunicativos, se encuentran los legislativos y científicos. Según Arenal, a través de la regulación legislativa y disciplinaria –comprendida como conocimiento científico organizado- la sociedad desarrollará su esencia bondadosa. Para que esta esencia humana, conforme a la razón y al ser de todos los bienaventurados (afortunados) salga a la luz y sea eficaz, es preciso educarla, formarla y vencer todos aquellos obstáculos que se hallen en su camino; y entre todos, destacará la lucha contra “la indiferencia para los males de nuestros semejantes”, que “no revela ya sólo dureza en el corazón, sino extravío de la inteligencia” (Arenal, 1861).

La ciencia moral es el camino para vencer la indiferencia<sup>160</sup> y el resto de obstáculos que impiden que el verdadero sentimiento de humanidad aflore. Una vez que ésta pueda aparecer encontrará modos de expresión y sentimientos a los que se adecuará en función de su objeto de atención. La caridad recibe distintas expresiones en función del lugar social de los sujetos que la ejercitan, aunque todos ellos compartan una base común. Son expresiones diversas de un mismo sentimiento que les define como individuos modernos, sujetos capaces de enfrentar los dolores y sufrimientos existentes, reconocerlos y buscar una respuesta. Arenal describe la pluralidad de objetos conmovedores para los que el sujeto está obligado no sólo a contemplar, sino a buscar una vía de expresión y categorizarización para poder disciplinarlos y hacerles frente<sup>161</sup>. Arenal defiende la definición de un campo de acción científica que se ocupe de la

---

<sup>159</sup> Arenal escribe en términos similares a Alexis de Tocqueville en *La democracia en América*, obra en la que defiende la importancia de las organizaciones intermedias, un modelo que estará en la base de la concepción actual sobre el Tercer Sector. Según Tocqueville: “Un gobierno no podría basta ya para mantener solo, y renovar, la circulación de los sentimientos y de las ideas en un gran pueblo, como para tener que conducir todas las empresas industriales. (...) Es necesario, pues, que no actúe solo. Son las asociaciones las que, en los pueblos democráticos, deben ocupar el lugar de los particulares poderosos, que la igualdad de condiciones ha hecho desaparecer” (Tocqueville, 169:275)

<sup>160</sup> “¿No es tiempo ya de comprender que la ciencia moral tiene verdades tan evidentes como las otras ciencias, siendo una de ellas que el egoísmo es mal apreciador de los sufrimientos ajenos? Sólo la caridad puede formar el presupuesto de un asilo piadoso, porque sólo ella siente las necesidades de los que allí sufren. Los indiferentes son en el mundo moral una especie de miserables, a quienes parece lujo todo lo que no es miseria, y ellos son, no obstante, los jueces de las necesidades del desvalido y los encargados de remediarlas: apremiemos el día en que se ponga fin a tan absurda impiedad” (Arenal, 1861).

<sup>161</sup> “Las sociedades hacen el largo y doloroso inventario de sus dolores, los analizan, los miden, los clasifican, y si para todos no hallan remedio, a ninguno niegan consuelo. Unos consideran el dolor como eterno, otros como transitorio, aquéllos como obra de Dios, éstos como obra del hombre; pero nadie le mira ya impasible. A cada quejido de la sociedad se alzan innumerables voces, que lloran, rezan o blasfeman, pero sienten; se alzan infinitos brazos para buscar remedio, o para buscar venganza. La

“cuestión social”. En su opinión: “la Beneficencia debe clasificar y subdividir hasta donde sea posible los dolores humanos; de otro modo no hallará para ellos consuelos eficaces. Esa confusión de penas y de medios de aliviarlas, ese monstruoso agrupamiento de desventuras diferentes, esa aglomeración de desdichas, prueban un empirismo fatal. El estado actual de las cosas manifiesta que se desconoce enteramente su naturaleza. ¿Por ventura la clasificación y el orden no son un elemento indispensable de acierto en la ciencia social como en las otras?” (Arenal, 1861). Muestra cómo desde sus comienzos, el afán por clasificar y poner orden, - actitud por otro lado idiosincrática de la modernidad-, fue una de las tareas intrínsecas de la acción compasiva, como la configuración moderna de la acción social caritativa se ha caracterizado por ser un asunto de orden científico y político.

Además de ordenar científicamente el campo de la caridad y la beneficencia, como hemos visto, los buenos sentimientos y las buenas acciones, en opinión de Arenal, tenían que ser publicitadas para evitar el mal de la indiferencia y de la invisibilización de la benevolencia<sup>162</sup>. Según la autora, dar a conocer las actitudes y sentimientos compasivos es una manera de generar comunidad, de delimitar un espacio de comunión sentimental, moral, cognitiva, política y estética, aunque a lo largo de esta tesis, mostraremos cómo este proceso no tiene porqué producirse necesariamente.

La presencia pública de la caridad a través de los medios debía contemplar “lo que mereciese fijar la atención pública o pudiera ilustrar la opinión” (Arenal, 1861), que en términos concretos se traducía en mostrar las cuentas, para ampliar con ello la confianza de los destinatarios; explicar los valores que guían las acciones y el éxito de éstas; desarrollar acciones de sensibilización, en palabras de la autora, “excitaciones al celo y la caridad” y ofrecer una representación de los individuos solidarios que sirvan de modelos ejemplarizantes. Todos ellos son asuntos que siguen formando parte de la agenda comunicativa de las ONGD.

Otro elemento de continuidad se encuentra en la representación de la beneficencia ofrecida por Arenal, como ejemplo de otras muchas que se daban en la época; una representación que recoge no sólo la del “hombre de buena voluntad” sino también a su vez la del desvalido, en

---

indiferencia y el abatimiento no crean al dolor ese parapeto artificial, pero impenetrable, que le hacía dueño absoluto de sus víctimas. Al error de aceptar el mal sin remedio sigue el de querer el bien sin mezcla de mal alguno. ¿Cómo evitar la ley de las reacciones? Pero a través de ellas la humanidad comprende cada día mejor la naturaleza de sus dolores, y la esperanza no es ya solamente una virtud cristiana, sino una verdad filosófica” (Arenal, 1861).

<sup>162</sup> “El mal es grave: este silencio, este desvío, esta indiferencia que escuda al perverso y desalienta al bueno; esta falta de conocimientos; este aislamiento en que se halla el hombre de buena voluntad, desaparecerían, con todas sus tristes consecuencias, sin más que la Beneficencia, la caridad y la filantropía estuviesen dignamente representadas en la prensa” (Arenal, 1861).



cuanto objeto del sistema de asistencia. Se trata de una representación del necesitado, del pobre, estereotipada, emotiva, paternalista, victimista que, en contrapartida, precisa una imagen del sujeto benefactor que, en muchos de sus términos, adelanta la imagen del cooperante, del voluntario y del héroe desinteresado.

Sus expresivas palabras podrían servir de descripción de muchas de las imágenes que con el tiempo han poblado el universo hegemónico de lo solidario: “¿No habéis notado cuánto obliga y conmueve al pobre ver que una persona superior a él *se baje* (se eleve debería decir) a enjugar el sudor de su frente, a restañar la sangre que corre de sus heridas, a prestarle el auxilio material más insignificante? ¿No habéis visto el mágico poder de una mano delicada que no rehúsa tocar a la suya callosa, de una voz suave que, en un lenguaje que no está habituado a escuchar, le dirige palabras de consuelo? ¿No habéis visto cómo le conmueve ver que una persona que más que él vale, que más que él puede, que para nada le necesita, ni nada espera de él, ni nada teme, abandone sus diversiones, sus comodidades, para ir a darle auxilio y consuelo en medio de una escena de dolor, arrojando molestias, privaciones y tal vez la muerte?” (Arenal, 1861). En este texto se interrelacionan las imágenes de felices e infelices, que se necesitan, casi en la misma medida en que el discurso presupone la falta de reciprocidad y la extrema jerarquía y distancia entre unos y otros.

La representación que se hace de los “otros” a finales de siglo recurre a la descripción corporal y se ubica en terrenos que hoy serían impensables, por políticamente incorrectos, pero que no por ello han dejado de estar activos en los imaginarios colectivos. Lo que observamos del “miserable”, según Concepción Arenal, es “lo andrajoso de su vestido, lo demacrado de su rostro, lo insaciable de su apetito”. Sin embargo, no se trata sólo de eso, la exterioridad, la superficie indica las características de su interior: “lo limitado de sus ideas, lo grosero de sus inclinaciones, lo depravado de sus instintos”. Y teniendo esto en cuenta la ayuda no sólo puede ocuparse de los aspectos materiales sino también de la dimensión espiritual y moral del pobre. Veremos en el análisis de las representaciones hegemónicas en la publicidad de las ONGD cómo, muchas de las imágenes contemporáneas, no son ajenas a estos planteamientos que hemos recogido en la obra de Concepción Arenal.

### **a) De la fraternidad liberal de 1848 a la solidaridad de los pueblos**

Como hemos visto hasta aquí, al concepto de la solidaridad le anteceden los de beneficencia y caridad. Estos dos términos son los que articulan el discurso sobre la ayuda y la compasión durante los siglos XVIII y XIX y no será hasta mediados del XIX cuando empiece a utilizarse el



término solidaridad intensivamente. Su incorporación al Diccionario de la Lengua Española será efectiva en 1869 (Balta et al, 2006)<sup>163</sup>.

Una búsqueda en la hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional, que recoge ejemplares de prensa desde 1774 hasta 1936, da como resultado que la primera aparición del vocablo solidaridad data de 1828, en el periódico Mercurio de España. Durante los primeros años en que se emplea este concepto suele estar asociado a conflictos entre países o instituciones y restringido a su uso legal. También es un vocablo nuevo para la medicina, en 1837.

A partir de 1848 aumentan las referencias a la solidaridad. Se incorpora su empleo en términos políticos, en relación a las revoluciones liberales y las luchas de los pueblos que se han rebelado contra sus gobiernos. Los atributos de la solidaridad en esos años son el republicanismo y los derechos del hombre, línea de sentido que pervive en la actualidad.

Los principios liberales de la solidaridad sienta sus bases en la época de las revoluciones liberales, durante esos años se perfila la importancia del ethos solidario como un motor de integración social, orientado hacia el referente colectivo de la humanidad, por encima de los nacionalismos, provocados por el sentimiento de pertenencia ligado a la consolidación de los Estados-nación. Como se escribía en *El clamor público*: “Los adelantos de la civilización van acercando las naciones como los radios del sol a un punto convergente; el comercio anuda y ensancha todos los días relaciones importantes entre países remotos; el vapor acorta las distancias y la prensa convierte en patrimonio del género humano hasta la idea nacida en el más lejano y oscuro rincón del mundo. La guerra entre naciones no será más que un accidente pasajero: el mundo tiende a la solidaridad, este es para nosotros un hecho incontestable. Así es como consecuencia indeclinable de ello, el fanatismo nacional se modera, se apaga hasta que desaparezca del todo para borrar esas odiosas rivalidades que el sentimiento exclusivo de la nacionalidad ha producido en todos tiempos entre los pueblos” (Joaquín María de Paz, *El clamor público*. Periódico del partido liberal, Viernes, 11 de Agosto de 1848).

A través de la noción de fraternidad que aparece en las revoluciones se articula una línea genealógica laica sobre la que se construye el campo de la solidaridad actual y que convive con la perspectiva religiosa que hemos abordado a través de Arenal. En la tensión entre derechos y deberes, la fraternidad es un deber que, como veremos al describir su definición ilustrada a

<sup>163</sup> Hay que precisar que el vocablo solidaridad se incluye en el diccionario en 1869 remitiendo a su dimensión jurídica, en relación al término de derecho romano Solidum, que expresaba la obligación común a dos o más personas que puede cumplirse en común o por cada una de ellas. Además también existe una vertiente moral del término que remite a sólido, en cuanto firme y establecido con razones fundamentales (Balta et al, Athenea Digital nº 9, 2006).

través de la obra de Adam Smith, excita los sentimientos ciudadanos y promueve la tarea de asistencia.

En el periódico *El genio de la libertad*, se puede leer una descripción del sentido que adopta la fraternidad en esa época. La edición del 4 de Diciembre de 1848 recogía la siguiente declaración política de una agrupación de republicanos españoles afincados en París: “Quien dice unión, unión real y positiva, dice Solidaridad. Creemos pues en la solidaridad necesaria de todos los individuos de una misma sociedad, y en la solidaridad de todas las sociedades parciales, (...)”

De la fraternidad se deriva:

La solidaridad de todos los ciudadanos;

Las instituciones de crédito, de previsión, de seguridad, de asistencia y de mutualidad;

La asociación libre del trabajo para la producción; la equidad en el reparto;

La armonía y la paz por medio de la abundancia y la justicia”.

La especificidad de esta línea de sentido de solidaridad en términos políticos consiste en la inclusión de referencias a la justicia y a los derechos comunes de los ciudadanos; elementos que desaparecen o tienen una presencia marginal en los discursos de cariz religioso, posicionados en la idea de caridad y beneficencia como deberes compasivos que ensalzan al ciudadano benefactor.

No obstante, ambos campos de discurso –la solidaridad como caridad y como fraternidad- se irán vinculando y en 1878 encontramos referencias en los periódicos de la época consultados de la utilización de la palabra solidaridad relacionada con un sentido de compasión que ya habla de la contemplación del sufrimiento de los otros de de la acción caritativa, en términos similares a los de orientación religiosa, es decir, aparece la solidaridad asociada a la idea de un deber caritativo y un ejercicio de contemplación y acción que excita nuestros sentimientos más humanos.

Por ejemplo, en el periódico *Cádiz* de 10 de Enero de 1878 aparece bajo el subtítulo “Una Fiesta de Caridad”, un relato firmado B. de Loma y Corradi paradigmático del sentido que, paulatinamente, se ha ido inscribiendo en la solidaridad, gracias a su homologación con la caridad en términos afectivos. Muchos de los elementos que aparecen en este relato ya se han comentado, el protagonismo de las mujeres en la labor de cuidados, el vínculo entre la miseria material y espiritual, y otros se verán más adelante como la relación entre la solidaridad y el espectáculo, la importancia de la manifestación sentimentalista, el contagio comunicativo

como efecto inmediato del sentimiento compasivo, etc. serán objeto de análisis a lo largo de la tesis, por lo que no nos detendremos en ellos ahora.

En *Cádiz* leemos: “¡Qué cosa tan hermosa es la caridad! Todo lo perfuma, todo lo engrandece, todo lo santifica. (...) Los teatros se convierten en templos y las **emociones que excita** son tan grandes, que no cabiéndonos en el corazón necesitamos otros corazones para compartir la **satisfacción que hacen rebosar** en ellos. Sucede con esas impresiones, como con todas las producidas por las grandes bellezas físicas o morales. Ante una montaña coronada de nieve, sobre cuya blanca diadema desatada en corrientes cristalinas que platean su verde falda, se quiebran los rayos del Sol, tiñéndolo todo con los vivos colores del iris, buscamos una persona a quien poder decir: **¡Qué magnífico espectáculo!** Así me sucede a mí en este momento: **necesito comunicar** mis impresiones ante el hermoso espectáculo de un pueblo ejerciendo la más grande de las virtudes. Pero ¿qué importa al mundo un hecho más o menos generoso perteneciente a la vida íntima de una localidad? Nada, seguramente, si este hecho no fuera la manifestación de un gran sentimiento, y **los grandes sentimientos** no tienen patria, **pertenecen a la humanidad**. Si cuando una calamidad aflige a un pueblo acuden todos los demás en su auxilio; si se establece esa solidaridad en el dolor, ¿Qué razón hay para no establecerla **en la satisfacción y en la gloria de las virtudes?** (...) Se acusa a nuestro siglo de egoísta, utilitario e insensible y yo creo una gran injusticia esa acusación. (...)....los corazones responden y **los sentimientos nobles brotan** en generosa explosión. Las damas, ostentando sobre el seno el emblema del amor divino, corren a los campos de batalla a restañar las heridas de las víctimas; los soldados enemigos son objeto de **amorosos cuidados**, ; los indigentes socorridos, los niños que abandonó la crueldad sobre la escarcha de las calles, son abrigados en la mullida cuna que acaloró la caridad; asociaciones benéficas, instituciones contra la miseria y contra el vicio, que es la miseria del alma, sociedades cooperativas surgen por do quiera, tendiendo a mejorar, a educar , a levantar, a las clases más desheredadas y **hacer en todas ellas el mayor número de seres felices**. Tal es nuestro siglo” (énfasis nuestro).

Según nuestras observaciones, en gran medida, éste puede seguir siendo el discurso hegemónico solidario que se expresa en nuestro tiempo, más de un siglo después.

Señalaremos la confluencia de concepciones como las de Arenal, las desarrolladas por los discursos religiosos, por los políticos y, sobre todo, por el discurso sentimentalista, en la configuración del espacio discursivo de la solidaridad contemporánea. Indagaremos cuáles aspectos han devenido hegemónicos, cuáles marginales y de qué manera han convivido estas líneas de continuidad que convergen en nuestra actual interpretación de este fenómeno y en

nuestro posicionamiento como espectadores del sufrimiento de sujetos distantes, lo que ha contribuido, además, a consolidar un elemento fundamental del actual modelo de ciudadano.

## 4.2 La estructura sentimental: una genealogía ilustrada

Cada época tiene sus lugares comunes superiores,  
además de los lugares comunes inferiores  
que pertenecen a todas las épocas.  
Ionesco

### 4.2.1 Introducción

Desde una perspectiva diacrónica, o de genealogía textual, podemos acceder a la ecología textual o dimensión sincrónica de la formación discursiva de la solidaridad. Esto es, podemos rastrear las líneas genealógicas con el objetivo de identificar los modos en que éstas quedan parcial y temporalmente estabilizadas, dotadas de cierta homogeneidad. Gracias a estas fijaciones relativas podemos visualizar ciertos componentes de la memoria colectiva, procurando conectar, como apuntamos en la introducción, su dimensión representacional con los debates sobre el orden social y la moralidad, en los que ahondamos a lo largo de las siguientes páginas.

Nuestro principal objeto de indagación en este capítulo es la conexión entre la tradición cultural ilustrada y los espacios discursivos contemporáneos acerca de la solidaridad. Esta relación nos permite sostener la hipótesis de la emergencia y consolidación de un modelo de sentimientos morales y de una estructura de sentimiento asociada a los mismos que tiene su origen en el siglo XVIII y que, en un proceso de traducción, queda inscrito en el conjunto de representaciones y estrategias discursivas de la publicidad actual de las ONGD. Esta lectura genealógica nos permite descubrir una ecología de los discursos solidarios más estable y estructurada de lo que una primera aproximación pueda revelar<sup>164</sup>.

---

<sup>164</sup> Esta estabilidad que afecta a la definición que manejamos de los sentimientos morales y de la estructura de sentimiento, también puede observarse en otros planos del análisis socio-cultural. Por ejemplo, las relaciones que los países mantienen entre sí en materia de cooperación también responden, en muchos casos, a patrones repetidos, entre ellos, el que conforma el paradigma clásico del desarrollo basado en la idea de progreso. Mientras la idea de desarrollo más convencional siga primando no será fácil que cristalicen otras formulaciones que permitan traducir al espacio de la información pública el dinamismo de las relaciones internacionales, la transformación de las reglas del comercio mundial o los efectos de la globalización.

Las principales huellas que hemos decidido recorrer para comprender este fenómeno están en el desplazamiento producido en el Siglo XVIII en el ámbito de la política y la filosofía moral. Es durante la Ilustración cuando se sientan las bases de la modernidad, en esa época no sólo se instituye un nuevo modelo político, sino que también se inicia la conformación de un modelo de subjetividad, de una estructura de sentimiento particular que en la modernidad tardía conforma el sujeto moderno narcisista (Sennet, 2002). Según Arendt, durante ese periodo se desarrolla la “política de la piedad”, un modelo socio-político que permite abordar la llamada cuestión social y que encuentra en la simpatía el sentimiento moral básico. Los planteamientos fundamentales de este modelo se encuentran en las obras ilustradas y entre ellas las de Rousseau y Adam Smith. Nos interesan la política de la piedad y el mecanismo de la simpatía porque ambas nos sirven, por un lado para caracterizar la experiencia moderna de la contemplación del sufrimiento a distancia y por otro, porque son el antecedente de la biopolítica contemporánea (Foucault, 1997; Agamben, 2003), que halla expresión, entre otros lugares, en la formación discursiva de la solidaridad.

### 4.2.2 Origen ilustrado de nuestros sentimientos morales

El origen, definición y descripción de los sentimientos morales siempre ha sido una cuestión polémica a distintos niveles pero, sobre todo, en el área de la ética y la filosofía moral. Las concepciones clásicas sobre la emoción y el sentimiento han estado sostenidas sobre la división dicotómica entre emoción y razón, cuerpo y alma, etc. La concepción de las emociones como reacciones descontroladas e irracionales de los sujetos ha impedido durante siglos que éstas fueran consideradas como un componente necesario del razonamiento ético. Paradójicamente, será el pensamiento ilustrado, máximo exponente de la defensa y creencia en la razón como motor de progreso, quien abra una vía de reflexión acerca de los sentimientos morales que persiste hasta nuestros días.

Históricamente, la reflexión sobre las cuestiones morales se ha centrado en dos tipos de problemas, el primero atañe al origen del comportamiento moral, mientras que el segundo atiende a la justificación de las normas morales. Problemas a los que se ha añadido un tercero: el análisis de las expresiones morales (Castañares, 2007:67) Las dos primeras cuestiones, sin duda, dependen de una dimensión expresiva, esto es, de su encarnación en un discurso moral emocionado. Si el pensamiento ilustrado abordó con claridad los dos primeros, a nuestro estudio le interesan éstos en relación, precisamente, al tercero. Y por supuesto, repasar el lugar que los sentimientos ocupan en este ámbito de problemas.

Partimos de la hipótesis, enunciada por Seoane, de que “en el siglo XVIII se inventan los sentimientos que hoy tenemos y que éstos han servido de componente esencial para construir nuestro presente ético y político. (...) Si el XVIII nos legó nuestros sentimientos y éstos han compuesto en gran medida nuestras argumentaciones morales, ello ha sido porque el XVIII sentía de modo moral” (Seoane, 2004:1). Este hecho nos obliga a considerar que nuestra argumentación moral actual, no puede quedar privada de los sentimientos que hemos forjado como sociedad a lo largo de tres siglos, sobre manera, a través del sentimentalismo.

La época dieciochesca no sólo nos legó un modelo afirmativo de sujeto, sino que promovió una nueva perspectiva: el estudio y teorización del sujeto no sólo como un ser pensante y conocedor, sino –y fundamentalmente- como un ser sentimental –afectivo y afectado-<sup>165</sup>. El sentimentalismo, con el sentimiento compasivo a la cabeza, ha estado unido al desarrollo no sólo de nuestra subjetividad, sino del modelo de ciudadanía moderna. Constituye un modo de discurso –una particular tópica discursiva, como veremos- que reclama un espacio privilegiado en la esfera pública política. Entre sus funciones, para los intereses de esta tesis, destaca su capacidad para articular el repertorio emocional de la caridad, la piedad y la benevolencia en nuestra sociedad a partir del siglo XVIII y el de la solidaridad en la época actual.

El pensamiento ilustrado del siglo XVIII muestra su preocupación por los sentimientos y las pasiones, aunque no sólo por su naturaleza intempestiva e irracional, sino por cómo éstos inciden en la socialidad, en la forma que tenemos los seres humanos de estar unos con otros y de comunicarnos. Si la pasión, antes del XVIII, nos remite a fuerza desbocada, inefabilidad y desenfreno, el sentimiento dieciochesco es una pasión puesta en discurso, remite a control, reflexividad y representación, actúa como un dispositivo normativo a través de una enunciación apasionada.

Principalmente, los pensadores del XVIII se ocuparán de los sentimientos que, de una forma u otra, se relacionan con lo moral. La filosofía ilustrada inaugura una manera hasta entonces desconocida de sentir y pensar sobre el sentimiento, es un pensamiento sentimental en dos direcciones, pues desde entonces nuestras argumentaciones morales recurren al sentimiento, al tiempo que somos conscientes de nuestra capacidad de sentir moralmente. Además, las pasiones dejan de percibirse como un fenómeno puramente irracional e irreflexivo y se

<sup>165</sup> Pese al interesante trabajo ilustrado al respecto, ha sido hace pocos años cuando la cuestión de los sentimientos morales se ha reabierto como un tema básico en el área de la reflexión teórica de forma transversal, ya sea en su espacio tradicional de la filosofía moral, como en nuevos ámbitos como la ciencia política, la neurobiología o la comunicación, convirtiéndolos en un asunto teórico contemporáneo, por ejemplo, a partir de la inusitada atención que se ha prestado a obras, que hasta ahora han permanecido en el olvido, como la Teoría de los sentimientos morales de Adam Smith.

incorporan al ámbito de la racionalidad. Desde ese punto de vista, el sentimiento no es una pasión que nos domina y nos supera, sino que, por vez primera, se propone “como el modo de expresar y comunicar nuestra reflexión, nuestra capacidad de *crítica* racional” (Seoane, 2003:109). El corazón guía nuestro juicio, humaniza nuestra razón.

Desde aquella época la racionalidad moral, política y sentimental conforman un fuerte vínculo, no siempre reconocido<sup>166</sup> que modifica y condiciona la subjetividad moderna, no sólo del sujeto racional sino del sujeto político y moral. Para los pensadores ilustrados, deudores del espíritu científico experimental de su época, “toda filosofía ha de comenzar en lo que se siente por los sentidos, parece obvio que todo argumento moral sólo será válido si es sentido, y “lo que es sentido” en el ámbito moral se llama sentimiento”(Seoane, 2004:5) <sup>167</sup>. Inician, entonces, la búsqueda del sentimiento moral por excelencia, más aún, del “sentido moral” básico, incluso del órgano corporal que lo controla. Descubren que el individuo es morada de pasiones múltiples y ante esa diversidad y fragmentación ¿Cuál es el núcleo del hombre pasional? ¿Qué sentimiento le permite ser un sujeto integrado, compacto y autónomo?, ¿Qué rasgos comunes le permiten relacionarse con sus “distintos semejantes”? La búsqueda se hace necesaria una vez que se ha desechado la radical ruptura entre razón y pasión; así es posible evitar las pasiones ¿de qué manera pueden éstas ser conocidas? y ¿canalizadas?, ¿de qué manera estas pasiones, como fuerzas energéticas, pueden ser convertidas en sentimientos morales controlados y más allá, virtuosos?

La búsqueda de este sentido y sentimiento moral es la que permite vincular universos de sentido y valor distantes, como pueden ser los de Rousseau y Adam Smith, dado que en ambos casos la apelación al corazón es una forma de apelación a la conciencia social y un presupuesto cívico (Seoane, 2004:6-8). El planteamiento coincidente es interpretar el sentimiento moral desde la experiencia de sentir con otros, por eso la compasión –sentimiento moral por excelencia- opera, entendida literalmente, como acompañamiento en la pasión -com-padecer-. Si la virtud moral contemporánea consiste en sentir con los demás, el pensamiento ilustrado nos dotó de un modelo para saber cómo hacerlo. El modelo simpático tiene una doble

<sup>166</sup> “Si las emociones están teñidas de inteligencia y discernimiento, y si contienen en sí mismas la toma de conciencia y consideración de su valor e importancia, no pueden, por ejemplo, obviarse fácilmente en relación al juicio ético, tal y como ha sucedido habitualmente en la historia de la filosofía” (Nussbaum, 2001: xv, en inglés en el original).

<sup>167</sup> Si los ilustrados caminaban de lo sentido y percibido a lo afectivo y moral, hoy en día, sabemos que el proceso puede ser inverso, que nuestros afectos inciden en nuestra percepción. “La vida afectiva es el centro de resonancia de cada uno de nosotros y nada se filtra a través de las percepciones que no esté teñido por los afectos.” (Sadaba, 2003:149)

correspondencia en el vocabulario actual. En primer lugar, señala lo que actualmente conocemos como empatía, atendiendo a su carácter de fusión sensitiva y afectiva. Este mecanismo no es meramente formal, ya que posee un elemento afirmativo sustancial, el placer intrínseco que genera la actividad empática en sí misma, ya sean de naturaleza positiva (como en el ámbito de la admiración) o negativa (como en el de la indignación)<sup>168</sup>.

En segundo lugar, la simpatía ilustrada guarda relación directa con la actual compasión, dado que se activa, sobre todo, frente al sufrimiento de otros seres humanos.

Si uno de los rasgos definitorios del individuo moderno es ser pasional, no existirá nada más placentero que actuar conforme a su naturaleza e identidad, esto es, ser coherente y auténtico; tener acceso –sintiendo– a lo más profundo de la personalidad, proceso que está en la base de la definición del narcisismo contemporáneo.

Esta dimensión placentera de la actividad sentimental se asocia también a la caridad y la benevolencia. Si antes ser compasivo era considerado parte de un deber normativo, recogido en los códigos morales, en esta nueva concepción se descubre la dimensión placentera de estos sentimientos. Por otra parte, al desplazarse hacia un marco más amplio de fraternidad, solidaridad y piedad, a estos afectos reformulados se les concede una funcionalidad política.

El placer asociado a la compasión, no sólo será el placer de haber actuado de forma correcta, sino el placer que se deriva de la pertenencia colectiva, el gusto de sentir con otros, de “compadecer”. Una emoción placentera que, además, ofrece la oportunidad de ocupar el espacio de la máxima moralidad: el de terminar con el sufrimiento y las injusticias de las que otros son víctimas, movilizando una competencia –y potencia– política y moral del sujeto del nosotros, hasta el momento desconocida. Es decir, “la caridad, que hasta entonces había sido un *gesto* que daba satisfacción individual y hablaba de la magnanimidad de quien era caritativo, se transforma en piedad, en un *sentimiento* que es motivo de solidaridad, que es parte de una empatía hacia los demás que nos hace dolernos con sus desgracias” (Seoane, 2003:108).

Este placer, como decimos, no se concibe como un placer solitario sino que se trata de una experiencia compartida, el placer de sentir con otros creando con ellos una comunidad

<sup>168</sup> Aunque el esquema ilustrado permite pensar en sentimientos morales de valencia positiva o negativa, según Damasio, este enfoque no responden por completo al esquema de la ilustración escocesa, que se ocupa mayoritariamente de las emociones amables. “La concepción escocesa tiene asimismo limitaciones. El cuadro que pinta la concepción escocesa es un poco demasiado optimista. Utiliza menos la concepción desagradable y bruta de la humanidad que Thomas Hobbes destacara, que la bondad y nobleza de los seres humanos que están asociados con Jean Jacques Rousseau aunque no puede confundirse con éste. Más allá de las emociones morales “positivas” que los escoceses resaltan, están asimismo las emociones morales “negativas”, por ejemplo, el resentimiento, la venganza y la indignación, que son igualmente relevantes para la construcción de la justicia” (Damasio, 2006:297).



sentimental, basada en la existencia de una humanidad común. Gozamos de ver en los otros un sentimiento de co-pertenencia en las emociones de nuestro corazón. “Nada nos agrada más que comprobar que otras personas sienten las mismas emociones que laten en nuestro corazón y nada nos disgusta más que observar lo contrario” (Smith, 2004: 57). Este placer social está también relacionado con el placer que proviene del deber ser, la adecuación a la norma moral y al sentido de justicia.

La génesis de la ciudadanía también tiene mucho que ver con la forma en la que los sentimientos morales se descubren y experimentan en el periodo ilustrado. Las nociones de humanidad, el descubrimiento de la expresión de la identidad desde los valores de autenticidad, autonomía y sinceridad; la compasión, (sentir con otros) como forma de ser y estar con-otros y la consolidación de una comunidad sentimental, son piezas imprescindibles en la creación de un modelo de subjetividad. Este modelo de sujeto posibilita la cristalización de un tipo específico de actor social que opera tanto en los espacios privados, como en los ámbitos públicos en los que aquellos se reflejan, puesto que en las sociedades íntimas (Sennet, 2002) la esfera pública se arma por semejanza a las esferas privadas.

Los modelos de sujeto en la modernidad sufren un proceso paulatino de psicologización e interiorización, este proceso tiene lugar sin dejar de pertenecer nunca a una comunidad universal caracterizada por valores y elementos innatos, de naturaleza esencializada e inmutable. Mientras la humanidad como referente -homogeneizado y homogeneizante- externo al sujeto permanece estable, en el transcurso de la modernidad emergen en torno a la esfera de la subjetividad fenómenos novedosos de carácter diverso y heterogéneo como la personalidad y la sensibilidad. Los sujetos experimentan estos nuevos fenómenos desde la interioridad individualizada. El sentido moral se situará en la encrucijada entre estas dos dimensiones del sujeto, su pertenencia a la humanidad, que le hace igual al resto, y su interioridad –su auténtico carácter- que experimenta como una faceta singular y propia que le diferencia de los demás.

“Lo que el XVIII nos legó fue un universo moral que hablaba y sentía, que razonada y se dolía, que argumentaba con placer y gusto. (..) En nuestro mundo moral no podemos hablar sin incorporar los sentimientos a nuestra argumentación, (...) los sentimientos que hemos forjado para nuestro uso y disfrute durante casi tres siglos” (Seoane, 2004:14).

## 4.2.3 La imaginación y los sentimientos morales

### a) Introducción

La *Teoría de los sentimientos morales* de Adam Smith<sup>169</sup> ha quedado durante mucho tiempo en el límite de lo decible, condenada a espacios teóricos marginales, pero fundamentalmente desconectada del resto de las líneas de pensamiento de este autor. Smith es un autor que reclama una lectura más allá del mecanismo de la mano invisible, una interpretación que no obvie la íntima relación que éste propuso entre la economía y la filosofía moral.<sup>170</sup> En esta obra, escrita en 1759, Smith se ocupa, entre otras cosas, de la descripción del sujeto liberal como un sujeto que tiene en la moralidad el rasgo distintivo de su ser; es, por tanto, un ser moral, aunque no todas sus facetas podrán ser reducidas a esta dimensión, como tampoco puede restringirse en el ser económico que desarrolla en *La riqueza de las naciones*.

Según Ramón Ramos Torres<sup>171</sup> (2001), lejos de la noción habitual del sujeto moderno como un ser homogéneo y sin fisuras, la descripción de Adam Smith nos acerca un sujeto liberal que al autodefinirse y constituirse en términos morales se presenta más bien como un sujeto aporético, es decir, un sujeto paradójico que luchará por dotarse de coherencia por encima de las contradicciones que lo traspasan<sup>172</sup>. Este sujeto que fabrica su propia coherencia es, por

---

<sup>169</sup> Si un encuentro feliz en la historia de una investigación da cuenta de los acontecimientos intertextuales a los que todos estamos sujetos, precisamente Adam Smith aparece en este trabajo como uno de esos encuentros que no sólo son fruto del azar sino que representan indicios de nuevas líneas de pensamiento e investigación. Como afirma Amartya Sen, “podemos decir, parafraseando a Shakespeare, que mientras algunos hombres han nacido pequeños y algunos otros alcanzan la pequeñez, a Adam Smith se le ha endosado una gran dosis de pequeñez”, Sen (citado en Putman, 2004:64). Así que una vez vencidos los prejuicios, su lectura nos abre la puerta para la reflexión sobre los sentimientos morales y las representaciones sociales.

<sup>170</sup> Repasaremos puntos centrales de su teoría moral, aunque no prestaremos atención a asuntos relevantes de ésta, como la íntima relación que guarda con su teoría económica, si bien no queremos dejar de apuntar ciertos elementos de interés. Entre los factores que unen ambas perspectivas está la definición de un modelo de sujeto virtuoso basado en la prudencia. La prudencia es una herramienta imprescindible en la economía capitalista porque impide el despilfarro de los recursos económicos y permite la armonización de intereses plurales; esta virtud también lo es en el ámbito de la moral porque es expresión del autocontrol emocional necesario, como veremos, para poder vivir con otros en sociedad. La prudencia -como norma que debe regir la gestión de nuestros recursos económicos, morales y emotivos y como rasgo del hombre virtuoso- es una de las maneras en que la episteme cultural de la época se traduce desde un campo a otro de problemas. Hoy en día, sigue imperando este modelo auto-controlado, aunque con reservas, en las ideologías del neoliberalismo económico, así como en discursos aparentemente distanciados como el del voluntariado. Para un análisis de la relación entre autocontrol y voluntariado ver Bejar, 2001a.

<sup>171</sup> La más melancólica de las reflexiones. Simpatía, virtud y fortuna en La Teoría de los Sentimientos Morales de Adam Smith, <http://www.ucm.es/info/socio1/textos/ramossmith.html>

<sup>172</sup> La multitud de pasiones que traspasan al individuo, de valores sociales a su alcance, de intereses, impiden a Smith ofrecer una definición de la esencia moral del sujeto. En el siglo XVIII esta precariedad y

tanto, también un sujeto autotético, creado a si mismo, muy parecido al modelo deseado por Kant. Sin necesidad de una fuente social de conformación, sino generado desde la propia subjetividad individual, este sujeto es, además, un sujeto prometeico que se ve abocado a la acción, es alguien a quien suceden cosas que debe controlar y, para ello, la moralidad se convertirá en su mejor arma. Una moralidad cuyo fundamento se encuentra apoyado sobre un sentido esencial y natural: la simpatía; un sentido que va más allá de la moda y la costumbre, aunque éstas le condicionen<sup>173</sup>. Aunque este sujeto parece estar abocado a la acción, no es en la acción o a través de ella como surge el sentido moral, sino que éste es previo.

Al igual que tenemos una serie de sentidos corporales, tenemos una especie de sentido moral<sup>174</sup> que funciona como fundamento del orden social en el que vive este sujeto moderno, indicándole qué actos debe o no aprobar, qué resulta adecuado o inadecuado. Este sentido moral está identificado como el mecanismo de la simpatía. Los elementos que definen la simpatía, en relación a los intereses de este estudio, son:

- ⊙ su condición de mecanismo cuasi-formal;
- ⊙ la centralidad de la compasión en su definición<sup>175</sup>;
- ⊙ el universo representacional mediador básico que presupone. Este universo representacional está constituido por la articulación de las posiciones de sujeto

---

heterogeneidad constitutiva es imposible de asumir, por lo que necesitará crear instancias externas, objetos teóricos que le doten de una homogeneidad y coherencia que no siempre tiene en la descripción del autor, como son el recurso al espectador imparcial en el ámbito moral o la mano invisible en el económico. “Las dificultades que arrastra consigo (el sujeto moderno) son múltiples y para cumplir su sueño de moralidad ha de rodearse de fantasmas que lo preserven de un mundo que lo amenaza con la atonía moral y el accidente, y que podría precipitarse en la tragedia” (Ramos Torres, 2001). Pero este intento de Smith no consigue evitar ser incoherente en ocasiones, por ejemplo, el modelo de un sujeto autotético no concuerda del todo con la necesidad de apelar a una instancia externa como es el espectador imparcial, que actúa como una especie de “super-yo”, una instancia que difícilmente podría pertenecer al sujeto individual, tal y como queda descrito en su obra.

<sup>173</sup> No negará Smith la importancia de la costumbre en la conformación de la subjetividad y la moralidad, pero su función queda minimizada en relación a nuestro punto de vista actual sobre este particular, herencia de las perspectivas social-constructivistas.

<sup>174</sup> Los filósofos de la época trataron de encontrar el correlato entre las sensaciones y sentidos físicos y el sentido moral. Buscaban la definición de un centro o principio del sentido moral, incluso en ciertos casos se aventuró su ubicación. Hoy Damasio nos recuerda que los sistemas no son centros, “no poseemos uno o unos pocos “centros morales” en nuestro organismo. Más bien, más que tener sistemas que regulan exclusivamente los comportamientos éticos en nuestro cerebro, éstos son “los efectos colaterales maravillosos y más útiles de estas otras actividades (regulación biológica, memoria, toma de decisiones y creatividad) (Damasio, 2005:160).

<sup>175</sup> “Ante todo, en algún sentido es más universal nuestra simpatía con el dolor que con el regocijo. (...)Asimismo, el dolor, de la mente o del cuerpo, es una sensación más punzante que el placer y, nuestra simpatía con el dolor aunque no llegue ni de lejos a lo que naturalmente sufre el paciente, es generalmente una percepción más clara e intensa que nuestra simpatía con el placer...” (Smith, 2004:113).

observador y sujeto/objeto observado, que analizaremos siempre en relación a la compasión y al sufrimiento ajeno percibido a distancia.

© el papel de la imaginación como dispositivo imprescindible del mecanismo simpático.

En la obra de Smith no encontramos un repertorio de normas morales sustantivas, sino que su tarea es la reconstrucción de una razón práctica (Carrasco, 2005). La simpatía es un mecanismo que no recurre a definiciones esencialistas y asertivas sobre qué es lo bueno y lo malo, sino que tiene carácter procedimental. Gracias a este procedimiento un sujeto moral y socialmente situado elabora una guía para la acción, mediante la que se conduce a través de lo correcto e incorrecto, lo propio y lo impropio y de ese modo fundamenta sus propios juicios morales y fijando, al mismo tiempo, las reglas “generales” del deber moral. Por esa razón, para Smith la simpatía pasa de ser un mecanismo normativo de naturaleza cuasi-formal, a una instancia que precisa de un modelo de agenciamiento enunciativo específico, basado en el desdoblamiento de la enunciación entre el agente moral y el posicionamiento neutral del Espectador imparcial. Este espectador imparcial ocupará el lugar de la conciencia particular guiada por el mecanismo de la simpatía, remitiendo, inevitablemente, a pesar de las intenciones de Smith, a ciertos valores sustantivos.

La compasión es el elemento clave de este mecanismo, aquello que hace al sujeto interesarse por la suerte de los otros y vivir en sociedad con éstos. Se define como: “la emoción que sentimos ante la desgracia ajena cuando la vemos o cuando nos la hacen concebir de forma muy vivida” (Smith, 2004:49). Esto no significa, sin embargo, que los individuos no puedan simpatizar en otros contextos, ni cuando están implicados otros sentimientos. La “simpatía, puede hoy utilizarse sin mucha equivocación, para denotar nuestra compañía en el sentimiento ante cualquier pasión” (Smith, 2004: 52).

La compasión es el núcleo central del mecanismo simpático, cuya deriva generará el “sentimentalismo” como modelo hegemónico.

## **b) La imaginación y la mediación emocional**

El procedimiento simpático es un mecanismo imaginativo que posibilita la relación interlocutiva entre el espectador el objeto/sujeto al que mira, convirtiéndose en foco de su “empatía”, y el marco de relaciones sociales en el que esta situación se inscribe.

La noción de la simpatía ilustrada, no sólo en la obra de Smith, guarda una fuerte relación con los procesos comunicativos, la mediación y la traducción en los espacios sociales, ya que a través de este concepto los autores se ocupan de la manera en la que los individuos podemos

hacer que los sentimientos de los demás nos sean accesibles, y viceversa, que los nuestros sean accesibles para los que nos rodean<sup>176</sup>. La simpatía smithoniana requiere voluntad<sup>177</sup>, el deseo de ser morales y la idea de esfuerzo ético para comunicarse afectiva y éticamente, un esfuerzo para sentir a los otros, para buscar el sentido y la pasión del semejante.

La simpatía como transferencia de sentido, esto es, como mediación comunicativa permite la vida en comunidad, una socialidad sostenida sobre un interés recíproco entre los individuos cuyo origen, en consonancia con la doctrina liberal, es la subjetividad emotiva recién descubierta por la modernidad y que con el tiempo cristaliza en el narcisismo. Por esta razón, la simpatía puede interpretarse como uno de los pasos necesarios en el camino hacia la autonomía y el fortalecimiento del yo psicológico moderno<sup>178</sup>.

¿Cómo se desencadena y qué sucede cuando se pone en marcha el mecanismo simpático?

En primer lugar, la simpatía precisa que el individuo sea espectador de un objeto que despierte su sentido moral, un estímulo emocionalmente competente, que en general se reconoce como una desgracia ajena. En segundo lugar, ésta contemplación tendría que promover algún tipo de acción. La acción identificada por Smith es aquella en la que el espectador, como agente moral, es capaz de experimentar lo que el otro está experimentando, esto es, imaginarse siendo otra persona siempre con distancia y matices. Gracias a que el espectador simpatiza, a la vez, con sentimientos propios que él mismo ha experimentado previamente, dicha identificación imaginaria puede producirse<sup>179</sup>. Lo peculiar de esta comunicación sentimental,

<sup>176</sup> Sobre todo será Hume quien mejor expone la idea de que, en la medida en que somos capaces de compartir los sentimientos y comunicarlos, somos capaces de imaginar una sociedad común. Para este autor, la simpatía más que un valor, una acción o un propósito es un lenguaje que nos permite comunicar nuestros sentimientos morales. La simpatía “es el mecanismo por el que podemos tener idea de lo que otras personas sienten” (Seoane, 2004:75), es un proceso que, en principio, no determina la acción, sino que posibilita la transferencia de sentidos que, posteriormente, guiarán el comportamiento moral.

<sup>177</sup> Esta presencia de la voluntad en el modelo ético de Smith, conectará con la voluntad de autenticidad moral, el ejercicio de la ciudadanía y la creación del Pueblo en la obra de Rousseau.

<sup>178</sup> “La simpatía se repliega del mundo comunitario que constituía la benevolencia a otro mundo más reducido, el de la autonomía, podríamos decir algo imprecisamente, donde realmente los puntos de referencia no son los significados compartidos de esa comunidad sensible, sino la interiorización en la conciencia del agente moral” (Seoane, 2004:76).

<sup>179</sup> Damasio argumenta que la experiencia afectiva propia es una fuente informativa de primer orden para la interpretación y comunicación sentimental intersubjetiva. “La experiencia personal de la tristeza en relación con la pérdida, por ejemplo, nos permite comprender la pena de los demás. La simpatía natural nos ajusta al problema del otro, pero el dolor sentido personalmente aumenta nuestro sentido del dolor expresado y sufrido por alguna otra persona. En otras palabras, la aflicción personal nos permitiría movernos desde la simpatía a la empatía. La pena personal será asimismo una palanca muy efectiva para razonar acerca de las circunstancias que la causan y sobre los medios para evitarla en el futuro” (Damasio, 2006:297).

propuesta por Smith, es que una vez que la simpatía está trabajando no tenemos porqué tener en consideración a la otra persona (Seoane, 2004:76). Smith no defiende una verdadera conversación social, sino un soliloquio polifónico, en el sentido bajtiniano, en el que el actor traduce, desde su punto de vista, las emociones y valores que supone en el otro, al que no se enfrenta socialmente sino con el que se comunica mediante la construcción de imaginarios definidos. Es más, no juzgará las emociones desde su posición de sujeto encarnado - actor/espectador- sino que este acto imaginativo lo realiza un espectador imparcial que juzga, supuestamente, desde la imparcialidad y con justicia.

Mientras otros ilustrados recurren a una concepción del nosotros colectiva y comunitaria, Smith trabaja estas formas de pertenencia y de vinculación entre individuo y sociedad con otros matices, no defiende que los sujetos experimenten pasiones idénticas, ni que manejen iguales principios pasionales; sino que está convencido de que la comunicación sentimental debe realizarse a través de la mediación de una instancia moral distanciada, neutral y objetiva. La instancia de contemplación y valoración neutra, que Smith define como “el espectador imparcial” es adecuada al cultivo de la individualidad y la autonomía en una conciencia moral particular, característica de la subjetividad ilustrada. Según Martha Nussbaum, el sentido moral ilustrado, finalmente, consiste en el control férreo por parte de esta instancia, ella posibilita nuestros sentimientos, pero, al mismo tiempo, consigue que, sin extinguirse, éstos no se desboquen sino que sean controlados y reapropiados para lograr producir la conciencia moral individualizada.

Dejar espacio al espectador imparcial es educar los sentimientos morales, cultivar el mecanismo de la simpatía que abrirá paso al sentimentalismo; un estilo emotivo en el que es tan importante experimentar el sentimiento como un agente afectado, como captar los sentimientos desde la posición del espectador, es decir, tener la capacidad de evaluarlos y moderarlos. Smith propone, a través del mecanismo de la imaginación, afrontar la evaluación moral y el sentir social como un distanciamiento (en términos semióticos podemos traducirlo como un *debrayage* en el espacio enunciativo de la mediación), pasando de la primera a la tercera persona.

El mecanismo de la simpatía se convierte en algo más que la comunicación de pasiones. La comunicación se establece desde la posición de un espectador que mira las pasiones de los demás y de sí mismo como otro, pero que no entra en diálogo con nadie más que consigo mismo como agente moral, a través de su personaje desdoblado: el espectador imparcial. Personaje que somete dichas pasiones a juicio, un juicio que debe tener un canon de valor. Ese

canon debería proceder de los valores que determinan la autenticidad del alma humana compasiva, pero como a esta instancia no es posible llegar Smith, igual que Hume, se decidirán por una escala de valor más evidente: la utilidad social<sup>180</sup>. La empatía, el sentimiento compartido, deja paso al juicio neutral y descarnado que valora la utilidad social, aunque nunca olvida la necesidad de cultivar la benevolencia y, con ella, la compasión para mantener ese fondo de humanidad universal e innata que puede verse truncado por la costumbre.

Llegar a sentir con alguien, ser empático, sólo es posible gracias al proceso (de mediación semiótica) de la imaginación. Por ello, ser compasivo significa haberse hecho una idea de lo que sentiría uno mismo siendo el otro, esto es, teniendo en cuenta sus circunstancias. El estímulo emocional que dispara el mecanismo de la simpatía puede provenir de la visión presente del objeto o de su rememoración de “forma muy vívida”, es decir, de un recuerdo dotado de la suficiente intensidad como para desatar la emoción. En la reconstrucción de este recuerdo intenso interviene la imaginación, un mecanismo que no sólo participa en el reconocimiento de un estímulo dado, sino que también actúa creativamente en la dotación de sentido del mismo<sup>181</sup>. Para que el objeto -el sufrimiento ajeno- sea considerado un estímulo por el sujeto no sólo debe estar dotado de verosimilitud, esto es, ha de corresponder a una situación o circunstancia reconocible como parte de la experiencia presente, pasada o potencial -memoria de futuro- del sujeto, sino que además habrá de estar dotada de la intensidad necesaria para desencadenar el proceso emotivo-sentimental correspondiente a la compasión<sup>182</sup>.

La simpatía no es un proceso de relación no mediada entre sujetos, sino que se trata, en nuestros términos, de un proceso socio-afectivo de mediación, en el que intervienen objetos

<sup>180</sup> Como explica Seoane, Smith no tardará en establecer “una sutil ligazón entre la moralidad y la política-económica- a través del concepto de utilidad social. Poniéndonos en una posición de espectador, de tercera persona, y desde la neutralidad que da el poder sentir sentimientos, pero no ser actor de los mismos,...el sentido moral nos dice qué es más útil a la sociedad” (Seoane:2004:84).

<sup>181</sup> Son muchos los autores que han trabajado acerca del papel mediador de la imaginación, tanto actuales como en la filosofía clásica. Un ejemplo es el trabajo de Kant en la *Antropología*. Kant ya hizo la distinción entre la imaginación productiva y reproductiva, autora y evocadora. Para él, la imaginación productiva, no es por ello precisamente creadora, es decir, no es capaz de producir una representación sensible que no haya sido nunca dada a nuestra facultad de sentir, sino que siempre se puede mostrar la materia con que se produce. No es creadora, sino que tiene que sacar de los sentidos la materia para sus producciones (Kant, 2004:76-95).

<sup>182</sup> La imaginación, igual que la pasión y otras categorías de funcionamiento semiótico, además de poseer una dimensión categorial, tienen un carácter tensivo. Como plantea Peñamarín, dado que vivimos en un entorno de identificaciones múltiples, a partir de las cuales los sujetos participan en la construcción de los modelos identitarios, la intensidad es un elemento esencial para que dichas identificaciones se produzcan de forma efectiva (en conversación personal).

imaginarios –representaciones-, que actúan como interpretantes a través de los cuales adquiere sentido la emoción. Este hecho, presupone la posibilidad de que existan barreras, gradaciones y obstáculos que limiten la condición competente del estímulo compasivo, ya que nunca se imagina lo mismo, ni con la misma intensidad.

Aunque el modelo de Smith recoge la importancia de la mediación como imaginación vívida, sin embargo, desarrolla una noción de imaginación como capaz de proveer una inmediatez de acceso y comprensión que, a nuestro parecer, son excesivas y promueven la naturalización y reificación de las representaciones mediadoras que se reclaman como directamente accesibles, inteligibles y, además, coincidentes que las del otro sufriente.<sup>183</sup> La diferencia admitida por Smith entre quien sufre y quien simpatiza con aquél es de orden gradual, afecta a la intensidad no a la categoría y naturaleza de las emociones, ni a la explicación de las circunstancias que las han promovido. Desde nuestro punto de vista, esta firme creencia en la capacidad para conocer qué sienten los otros a través del ejercicio de imaginación emotiva, puede traer como consecuencia la legitimación de estrategias de sobre-exposición de los otros diferentes. La representación hegemónica en este modelo, supone –podríamos decir- un acto de “canibalismo” o anulación del otro por saturación. Nuestra condición de espectadores del sufrimiento ajeno y nuestra competencia como seres pasionales nos habilitarían para determinar qué les sucede a los otros y para explicarlo al incorporarlo, esto es, al corporizarlo en nuestro organismo afectivo, aunque sea en un grado más bajo.

Frente al supuesto de lo emocional como lo no decible, irrepresentable, sometido a los límites de la representación, hay otro extremo el de la excesiva claridad y la saturación. La defensa de la posibilidad de aprehensión y conocimiento pleno del otro puede conducir a la eliminación de la idiosincrasia de los sujetos, su asimilación o simplificación recurriendo para ello, por ejemplo, a una representación hiperritualizada (Goffman, 1991) donde no existe espacio para la densidad de lo diferente y tampoco de todo aquello que no somos capaces de interpretar dentro de los límites de los principios normativos hegemónicos<sup>184</sup> y, por tanto, de tener bajo control.

<sup>183</sup> “Por medio de la imaginación, nos ponemos en el lugar del otro, concebimos estar sufriendo los mismos tormentos, entramos, como quien dice, en su cuerpo, y, en cierta medida, nos convertimos en una misma persona, de allí nos formamos una idea de sus sensaciones, y aun sentimos algo que, si bien en menor grado, no es del todo desemejante a ellas” (Smith, 2004: 50).

<sup>184</sup> No estamos defendiendo la existencia de un resto irrepresentable que caracterice la otredad como instancia de lo sublime, sino la imposibilidad de interpretar todo lo existente desde las lógicas de la normatividad hegemónica, sin reducir la riqueza y complejidad de los mundos existentes.



Por otra parte, en conexión con lo anterior, hemos visto que toda pasión precisa de un objeto que ha de ser valorado y juzgado por el sujeto pasional, sin embargo, lejos de lo que creían los ilustrados, el sujeto espectador no podemos considerarlo autónomo y plenamente independiente con respecto a este proceso, esto es, los objetos no son entes inertes, sino que también están dotados de existencia social y traspasados por vectores que condicionan su relación con los sujetos y objetos del entorno. El objeto, como afirma Zizek, goza de existencia social, entre otras cosas, porque sobre él está inscrita una mirada socialmente pertinente, dotada de carácter normativo. Los estímulos poseen una cierta independencia y, aunque no logran constreñir del todo la mirada del espectador, si la orientan debido a su percepción desde un marco tópico. En nuestra hipótesis, las tópicas son las herramientas que, como veremos más adelante, posibilitan este ejercicio de interpretación y traducción del sentimiento del otro –imprescindible en la relación simpático-compasiva.

La defensa que Smith hace del espectador imparcial está lejos de esta explicación sobre la fijación del valor social en los objetos o estímulos. Pero lo que encontramos, al margen de la explicación ofrecida al fenómeno, es un proceso por el que los sujetos se ven impelidos a mirar, interpretar, conocer y enfrentarse a su entorno de *una cierta manera*, incluso podríamos decir, de *una manera cierta*, según sea el poder de control desplegado por las formaciones discursivas en las que sujetos y objetos participan.

### c) La reciprocidad entre espectador y paciente

En este apartado describiremos alguno de los obstáculos que hacen imposible que un sujeto pueda sentir, en mayor o menor grado, lo mismo que otro y argumentaremos que existen diferencias y distancias que van más allá de una mera distinción en el grado e intensidad de la emoción.

La comunidad social, el nosotros entre quienes se movilizan las relaciones simpáticas, está caracterizada por la condición simultánea de espectador y sujeto pasional. Smith concibe el mecanismo de la simpatía como un mecanismo basado en la reciprocidad potencial; sin embargo, una vez que estas relaciones están inscritas en una coyuntura socio-cultural e histórica determinada la reciprocidad entre el sujeto observador y el sujeto paciente queda restringida a una posibilidad teórica<sup>185</sup>.

<sup>185</sup> No obstante, esta posibilidad teórica es fundamental desde la perspectiva de un análisis socio-cultural proyectivo, puesto que indica la posibilidad de construcción de relaciones intersubjetivas más justas y democráticas.

En el contexto de la reciprocidad, un espectador contempla e interpreta la pasión de otro sujeto, y este sujeto paciente a la vez manifiesta su propia pasión. Ambos desarrollan una mirada que está sometida a un proceso paulatino de objetivación y exteriorización, es decir, no proyectan una mirada singular o radicalmente particular. Ambas formas de mirar están reguladas por una instancia de mediación que les permite como sujetos pasionales adaptarse a las expectativas del espectador, que actúa como interlocutor en este proceso de comunicación pasional. La adaptación a las expectativas del otro está articulada gracias a la instancia enunciativa que implica la existencia de un punto de vista normativo moral, afectivo y cognitivo: la figura del “espectador imparcial”.



**Figura 17** Goya, “Sin son de otro linaje”, Serie *Los desastres de la guerra*, Nº 61.

Aunque dicha instancia afecta a ambas partes, su reconstrucción y caracterización, es decir, su control tiene lugar a partir del proceso imaginativo y afectivo del espectador. La instancia de recepción que representa el espectador es la que regula las representaciones de la emoción de los otros “sufrientes” y su valoración o enjuiciamiento posterior, que desencadena la reacción “simpática” en el espacio del discurso público. Si espectadores y pacientes, en realidad, no pertenecen a las mismas categorías, su inscripción socio-discursiva en el esquema será uno de los obstáculos que impidan la emergencia de la compasión como un proceso recíproco (Figura 17).

Este obstáculo está ligado a la existencia de un imaginario compartido acerca de las características atribuidas a la comunidad modélica del nosotros<sup>186</sup>, específicamente, acerca de su ser sentimental, que no puede ser compartido con los otros cuando los otros son excesivamente diferentes.

Un tipo de diferencia que se da, por ejemplo, entre los que pertenecen a la categoría de sujetos felices y los que son infelices, es decir, están aquejados por desgracias de distinto signo. Estos imaginarios compartidos defienden –al menos como presupuesto– la existencia de

<sup>186</sup> Smith no recurre a la definición de una naturaleza humana esencial, sino que vincula el mecanismo de la simpatía y el juicio moral a las modas y las costumbres y aunque, en ocasiones, termine por ontologizar cierta concepción del valor en el ser humano, también reconoce que no hay ninguna práctica tan brutal que la costumbre no sea capaz de autorizar (Castañares, 2007).

una estructura de sentimientos común. Por un lado, nos encontraremos con la comunidad de sujetos morales, encarnada en el nosotros compasivo<sup>187</sup>. Por otro lado, se encuentra la comunidad, mucho más informe, de los otros. Estos otros, puede encarnarse en múltiples figurativizaciones, bien la de los hombres débiles pero civilizados, que comparten un espacio social con las mujeres<sup>188</sup>, o bien la de los sujetos irracionales –los salvajes americanos, en la obra de Smith<sup>189</sup>-. Estos otros, en el primer caso, se hallan a distancia del nosotros ideal al estar desbordados por el torrente sentimental, al no saber y no poder controlarse. Mientras que, en el caso de los salvajes, ubicados en los bordes de lo social y lo político, lo que les caracteriza es su incapacidad para sentir compasión, lo que sin duda, les resta no sólo humanitarismo, sino, en el fondo, humanidad.

Ya hemos dicho, que ni siquiera Smith defiende una identificación plena en la pasión, siempre existen distancias entre nuestra emoción y la de los otros y éstas son, en cierta medida, insalvables. Toda traducción es imperfecta, no sólo porque no podemos aprehender e interpretar exhaustivamente un enunciado, sino porque la intensidad que define el ethos, la instancia enunciativa, está sujeta a continuas alteraciones, fruto de la acción performativa derivada de las relaciones interlocutivas establecidas a través de la representación.

<sup>187</sup> Este es también el nosotros de los sujetos recios, dotados de una fortaleza que les permite mantener la medida, controlar sus reacciones y adecuarse a las circunstancias.

<sup>188</sup> La sensibilidad propia de la actitud compasiva, como veremos con más detalle en otros apartados, es un rasgo ligado a lo femenino. “El rigor demandado a los salvajes disminuye su humanitarismo, y acaso la delicada sensibilidad exigida en las naciones civilizadas destruya a veces la firmeza viril del carácter.” (Smith, 2004:356) De la misma forma, las naciones civilizadas pueden permitirse un carácter más animado, es decir, emotivo y apasionado, porque tienen más recursos para perdonar ciertos excesos.

<sup>189</sup> Comunidad del nosotros excluye, entre otros, a los salvajes (Smith, 2004:355-357) Las naciones civilizadas están dotadas de sentimiento de humanidad, frente a los bárbaros y los salvajes que posee un carácter despiadado. Los salvajes no pueden sentir compasión porque la necesidad a la que están sometidos les obliga puesto que, según Smith. “antes de que podemos sentir mucho por los demás tenemos que estar nosotros mismos en cierta medida desahogados. Si nuestra propia miseria nos agujonea severamente, no tendremos el sosiego necesario para auxiliar a la de nuestro prójimo, y todos los salvajes están demasiado preocupados por sus propias necesidades y privaciones como para prestar demasiada atención a las de otra persona.” (Smith,2004:355)Vemos como la insensibilidad y el estoicismo adquiere sentidos y valoraciones bien diferentes según el sistema de articulación en el que sean incluidos, el control extremo de las emociones en el caso de los salvajes es un síntoma de su falta de humanitarismo, mientras que la contención en la emoción es un rasgo de excelencia moral en el caso de la comunidad civilizada. De la misma forma, las naciones civilizadas pueden permitirse un carácter más animado, es decir, emotivo y apasionado, porque tienen más recursos para perdonar ciertos excesos.

#### d) Dimensión informativa de la compasión: la fuerza de los relatos

Adam Smith advierte que nuestra simpatía no se activa por la contemplación de la pasión del sujeto paciente, aquella que somos capaces de reconocer (tristeza, alegría, indignación, gratitud...), sino de todas las circunstancias que la producen, esto es, del contexto en el que tiene lugar. Por eso, hablamos de un ejercicio de imaginación creativa y no de un mero reconocimiento. Lo que excita la imaginación no es la detección de un cierto afecto, sino toda la situación que lo movilizó<sup>190</sup> y que ha de imaginarse, y para ello insertarse en un relato que le dote de sentido<sup>191</sup>.



**Figura 18 Goya “Lo peor es pedir”, Serie Los desastres de la guerra. Nº 55<sup>192</sup>**

Las construcciones tópicas, las imágenes y los relatos, ocupan la imaginación del espectador y le provocan una emoción. Estos repertorios son efectivos porque no sólo permiten el reconocimiento de ciertas emociones, sino que además reclaman su naturaleza informativa, en cuanto que se pretenden no sólo representaciones fidedignas de la emoción sino expresión (como prueba verosímil) de la situación

que la genera, que permitirá orientar, por un lado, la acción y, por otro, el juicio moral.

La representación de las emociones y, concretamente, la de los sentimientos morales, contiene una dimensión descriptiva de un contexto dado y de las relaciones que se producen en éste, relaciones que inciden en la caracterización de los actores que intervienen. Pero además, esta representación está dotada de una cierta intensidad y un tono que condiciona

<sup>190</sup> La importancia de la relación entre las emociones/sentimientos y las circunstancias que las provocan como instrumento de configuración de nuestra experiencia ha sido postulada por la neurobiología contemporánea. “Por ejemplo, diferentes opciones de acción y diferentes resultados futuros se hallan asociados a diferentes emociones/sentimientos. En virtud de dichas asociaciones, cuando una situación encaja en el perfil de una determinada categoría revivida en nuestra experiencia, desplegamos de forma rápida y automática las emociones apropiadas” (Damasio, 2006:142).

<sup>191</sup> “En todas las pasiones que el alma humana es susceptible de abrigar, las emociones del espectador siempre se corresponden con lo que, al colocarse en el mismo lugar, imagina que son los sentimientos que experimenta el protagonista” (Smith, 2004: 51).

<sup>192</sup> “El hombre pobre está avergonzado de su pobreza. Siente que o bien lo excluye de la atención de la gente, o bien, si le prestan alguna atención, tienen escasa conmiseración ante la miseria y el infortunio que padece. En ambos casos resulta ser humillado, porque si bien el ser pasado por alto y el ser desaprobado son cosas completamente diferentes, como la oscuridad nos cierra el paso de la luz del honor y la aprobación, el percibir que nadie repara en nosotros necesariamente frustra la fuente más grata y abate el deseo más ardiente de la naturaleza humana” (Smith, 2004: 123).

dichos sentimientos, cuestión que regula la voz enunciativa y permite definir la dimensión normativa implicada en dicha representación.

En nuestra sociedad existen sentidos estabilizados sobre qué sentimientos describen un contexto agradable (alegría, amabilidad, no crueldad,...) y cuáles uno desagradable (tristeza, ira, rabia, indignación,...). De esta forma, podemos comprobar, todavía hoy, cómo la compasión requiere que los otros sean sujetos tristes, avergonzados de su propia situación, lastrados por un sentimiento de indignidad, como vemos en el grabado “Lo peor es pedir” de Goya de principios del siglo XIX (Figura 18).

La representación de las víctimas contiene varios rasgos tópicos, como el llanto. El llanto precisa ciertas imágenes, vocabularios y recorridos narrativos que lo acompañan, a través de los cuales reconocemos una serie de posibles sentimientos asociados (tristeza, impotencia, indignación,...). Esta división y clasificación normativa de las emociones facilita que se promuevan ciertas representaciones en detrimento de otras, por ejemplo, los discursos sobre el sufrimiento a distancia que promueven la solidaridad movilizan<sup>193</sup> la manifestación de la gratitud por parte de los infelices que reciben ayuda, sentimiento que fomenta el orgullo y la satisfacción por parte de los espectadores, en lugar de otros posibles, como la indignación o la vergüenza.

Estamos ante una lógica representacional que construye un enunciador identificado con el espectador poderoso, aquella que representará a los otros como sujetos subalternos, tristes y compungidos, aunque éstos tal vez pudieran no sentirse como tales. No hay espacio, en las tópicas discursivas hegemónicas que regulan el ejercicio compasivo, ni en el esquema de Smith ni en el promovido por las ONGD, como veremos, para que los otros estén, por ejemplo, rabiosos, indignados o satisfechos<sup>194</sup>. La voz enunciativa, generalmente, anula la representación de la capacidad de agencia de estos otros, o como mucho, la subsume en su ejercicio regulador de las atribuciones caracterológicas de los otros, por ejemplo, a la hora de ofrecer representaciones en las que se muestra a los otros como sujetos interesados en dar pena para conseguir un objetivo determinado<sup>195</sup>.

<sup>193</sup> En la elección de estos repertorios sentimentales no sólo está implicada la norma socio-afectiva, sino también la que atañe al dispositivo afectivo que define el género publicitario.

<sup>194</sup> Y tampoco para que los otros *estén* en una determinada circunstancia, en vez de que *sean* de una forma específica, generalmente esencializada y naturalizada.

<sup>195</sup> Como en otros espacios de lo social, la agencia otorgada a los excluidos es de carácter ambivalente (PICNIC, 2007), de esta forma, comprobaremos cómo a la adecuación de la expresividad emocional de los otros se le atribuye un carácter interesado e inauténtico con fines manipuladores, lo que facilita el desplazamiento desde la posición de víctima a la posición de amenaza, de paciente a agente.

La enunciación regula la manifestación de la emoción de los otros, indicando de qué manera deben insertarse en la versión del mundo a través de la cual hegemonícamente los espectadores y sujetos morales se relacionan con ellos. El espectador tiene que creer que ellos sienten lo que imagina que, efectivamente, sienten y, conforme a ello, los espectadores reaccionarán desplegando a su vez las emociones adecuadas. Un proceso de co-afectación que no se produce en términos creativos, sino como adecuación a esa instancia de regulación externa: al espectador imparcial.

#### 4.2.4 El espectador imparcial como instancia enunciativa

En resumen, el mecanismo de la simpatía requiere una doble representación –del enunciado y de una de las instancias enunciativas–:

- ⊙ la del contexto en el que tiene lugar la emoción que lo motiva y
- ⊙ la del acto de observación o contemplación por parte del espectador.

Para que el mecanismo de la simpatía quede sometido a las normas de corrección moral es imprescindible la mirada objetivadora y distanciada del espectador imparcial, que ya hemos mencionado. Este espectador es el “recluso en el pecho”, un “juez interior”, el “ojo natural de la mente”<sup>196</sup> que está entrenado. Es un espectador imparcial e informado que mora en el núcleo de nuestra moralidad, que permite al sujeto dividirse en “examinador” y “juez” a la hora de juzgar su propia conducta, es decir, le permite encarnar dos personas distintas en un proceso que “el hábito y la experiencia me han enseñado a hacerlo de forma tan sencilla y pronta que apenas me doy cuenta de que lo hago” (Smith, 2004:252).

Para Smith, el espectador imparcial y el espectador emocionado son dos facetas de un proceso dual simultáneo, porque si, por un lado, está la capacidad de enjuiciamiento fría y distanciada, esto es, racional en el sentido clásico, por otro, se encuentra el sujeto emocionado. “La compasión del espectador debe provenir totalmente de la consideración de lo que él mismo sentiría si fuese reducido a la misma infeliz posición y al mismo tiempo pudiese, lo que quizá sea imposible, ponderarla con la razón y el juicio que ahora posee”<sup>197</sup> (Smith, 2004:54). El

---

<sup>196</sup> Williams James mantuvo que parte de lo que percibimos proviene de nuestros sentidos, pero otra parte surge siempre de nuestra propia mente. Asumimos como lo hace Smith que nuestra mirada no es un hecho natural, sino que está formada, tenemos lo que Sennet denomina “Conciencia del ojo”, que actúa como conexión entre lo visual y lo social y nos permite ver lo que somos, queremos y podemos. (Alonso, 1998: 20-22)

<sup>197</sup> En esta cita observamos cómo todavía Smith maneja un concepto de la pasión como movimiento del espíritu que debe ser controlado y limitado para que no reduzca o nuble el juicio.



sujeto emocionado experimenta, siempre bajo el riesgo de ser embargado por una pasión que tal vez le nuble el juicio, al mismo tiempo que valora y enjuicia dicha emoción<sup>198</sup>.

La norma dictada por el espectador imparcial<sup>199</sup> rige el juicio de nuestros sentimientos morales y nuestras conductas analizando el grado de adecuación de los mismos a la causa y las motivaciones atribuidas a la emoción manifestada, y hará también lo mismo con la manifestación de la emoción llevada a cabo por el resto de los sujetos pacientes. Por eso, es necesario imaginarse la situación que reclama simpatía como marco de una conducta o una práctica social enjuiciada previamente respecto a los modelos establecidos.

Este enjuiciamiento, sin embargo, debe tornarse insensible, “nuestra constante observación de la conducta ajena nos conduce insensiblemente a formarnos unas reglas generales sobre lo que es justo y apropiado hacer o dejar de hacer” (Smith, 2004:283). Para considerar las pasiones y sentimientos que despiertan en nosotros y en otras personas ciertas reacciones no podremos más que mirar, no con nuestros ojos ni con los del prójimo, sino desde una posición que no mantenga un vínculo particular con los sujetos y pueda jugar de manera imparcial. Este punto de vista imparcial no sólo controla el juicio, la valoración, sino que actúa sobre la representación, la expresión emocional y, en último término, sobre la pasión misma<sup>200</sup>.

Esta instancia normativa posee efectos performativos ya que cuando un sujeto busca generar simpatía en otros debe tomar en consideración la imagen que proyectará ante ellos al

<sup>198</sup> “Cuando abordo el examen de mi propia conducta, cuando pretendo dictar una sentencia sobre ella, y aprobarla o condenarla, es evidente que en todos esos casos yo me desdoble en dos personas, por así decirlo; y el yo que examina y que juzga representa una personalidad diferente del otro yo, el sujeto cuya conducta es examinada y enjuiciada. El primero es el espectador, cuyos sentimientos con relación a mi conducta procuro asumir al ponerme en su lugar y pensar en cómo la evaluaría yo desde ese particular punto de vista. El segundo es el agente, la persona que con propiedad designo yo mismo, y sobre cuyo proceder trato de formarme una opinión como si fuese un espectador. El primero es el juez; el segundo, la persona juzgada (Smith, 2004:225).

<sup>199</sup> No es posible, según el punto de vista de Smith, establecer acuerdos sobre esa instancia del juicio que él denomina espectador imparcial, de hecho, se trataría de un lugar naturalizado, esencial, que no precisa de construcción sino que surge de forma espontánea, como un lugar natural para todos los participantes. Ramón Ramos anota que el espectador imparcial de Smith no se puede equiparar al otro generalizado de Mead, porque es un concepto mucho más abstracto e imposible. Es imparcial porque no está ligado a intereses ni posee sesgos y está informado porque (como la voluntad general rousseaniana en su lucha contra la hipocresía) es capaz de descubrir motivaciones ciertas, como dijimos.

<sup>200</sup> “Es la razón, el principio, la conciencia, el habitante del pecho, el hombre interior, el ilustre juez y árbitro de nuestra conducta. Él es quien, cuando estamos a punto de obrar de tal modo que afecte a la felicidad de otros, nos advierte con una voz capaz de helar la más presuntuosa de nuestras pasiones que no somos más que uno en la muchedumbre y en nada mejor que ningún otro de sus integrantes, y que cuando nos preferimos a nosotros mismos antes que a otros, tan vergonzosa y ciegamente nos transformamos en objetivos adecuados del resentimiento, el aborrecimiento y la execración. Sólo por él conocemos nuestra verdadera pequeñez y la de lo que nos rodea, y las confusiones naturales del amor propio sólo pueden ser corregidas por la mirada de este espectador imparcial” (Smith, 2004: 252).

manifestar su emoción. Por tanto, un sujeto emocionado no sólo lo estará en función de los efectos que ha provocado en él la contemplación e interpretación de un estímulo “emocionalmente competente” (tomando la expresión de Damasio), sino también influirá su interés por generar emociones positivas en otros, por provocar simpatía. La búsqueda de adecuación a la norma –moral y sentimental- es también imprescindible en el proceso de conformación de la identidad propia y comunitaria. De ahí, la importancia de identificar y actuar contando con las normas socio-afectivas como la que dicta qué significa ser solidario hoy y qué define quien puede participar en la comunidad de sujetos solidarios.

La forma correcta de actuar es la que acomoda la expresión de su emoción a lo previsto por los demás. Por eso, las representaciones en las que los pobres aparecen como exagerados, excesivos, sobre todo, en la aflicción, invaden y molestan a los espectadores, al ser fundamentalmente, desconsideradas y poco decorosa hacia ellos<sup>201</sup>. Los sufrientes, dolientes categorizados como pobres y/o salvajes- son objeto de vergüenza, en la obra de Smith, son vergonzantes y, por ello, ocupan el espacio de las sombras, se ocultan porque su sola queja y penar es incorrecto y de mal gusto. Las normas del equilibrio y la medida establecen que un sujeto puede estar afligido o ser infeliz y que está legitimado para estarlo, incluso para mostrar dichas emociones, siempre y cuando respete las reglas sobre cómo hacerlo, en el espacio de lo moral y socialmente adecuado. Un espacio que atañe, por supuesto, a las representaciones de lo masivo.

En la narración que hace Smith sobre el funcionamiento del mecanismo de la simpatía se produce un desplazamiento paulatino desde la emoción y la reciprocidad que vincula a los sujetos pasionales y morales, aunque sólo sea potencialmente, hasta la hegemonía del espectador imparcial, que enajenando la capacidad de juicio de dichos sujetos, acaba por adecuar su conducta y su afectividad a las normas sentimentales y morales imperantes, --que coinciden con las posiciones de los sujetos verdaderamente humanos, es decir, de los varones blancos burgueses que tenían in mente los autores del XVIII. La lectura política que se hace de esta instancia y condición en la Ilustración francesa, como veremos más adelante, se traduce en la existencia, ya no de un “recluso en el pecho” que habita todo sujeto liberal

---

<sup>201</sup> Smith calificaba como algo negativo el exceso en la manifestación de las emociones, especialmente, en aquellas emociones negativas, como la tristeza y la aflicción. Para él, el decoro de toda pasión deberá descansar en una cierta medianía (Smith, 2004:73-77) Los tópicos a este respecto suelen referirse a la naturaleza invasiva de las representaciones de la pobreza y otros tipos de sufrimiento en momentos “inoportunos”, por ejemplo, a la hora de comer, es decir, ligados a momentos de disfrute del espectador.



individualizado, sino de su sublimación en la conformación de la voluntad general de una Nación o un Pueblo.

En ambos casos se trata de armonizar<sup>202</sup> los intereses individuales, entendidos como por esencia egoístas, con los intereses plurales de la comunidad social del nosotros<sup>203</sup>. La forma de armonizar, sostiene Adam Smith, la desigualdad “natural” entre lo que nos afecta a nosotros y a nuestros vecinos requiere de la corrección que aplica el sentido de la propiedad y la justicia.

El culmen del buen ciudadano y del hombre sabio es ser capaz de adecuarse a las normas porque las siente como algo propio<sup>204</sup>, no tiene que realizar ningún esfuerzo sino que ha interiorizado y se ha apropiado de la voluntad general, como defenderá Rousseau. Esta idealización no supone la anulación de la dualidad comentada entre el espectador imparcial y el sujeto emocionado, sino que ambas se mantienen como visiones distintas que coexisten en la mente, separadas y empujando cada una hacia un tipo de conducta diferente (Smith, 2004:267)<sup>205</sup>

Según Ramos Torres, Smith acierta en señalar que todos los sujetos necesitan de la aprobación ajena, es decir, dependen del “espejo emocional que le proporcionan los demás”<sup>206</sup>. No debemos olvidar que el sujeto liberal es en gran medida un sujeto narcisista, que busca en el espejo “un sí mismo objeto del amor de los otros” (Ramos Torres, 2001). En este sentido, el objetivo de la simpatía sería, en último término, descubrir o más bien reconocer la identidad propia y auténtica de un sujeto moral y social adecuado y apropiado a través del espejo que constituye la opinión de los otros<sup>207</sup>, si bien, será el espejo de aquellos otros que legítimamente configuran la comunidad de pertenencia del “nosotros”.

<sup>202</sup> La metáfora de la mano invisible responde a este esfuerzo por diseñar instancias capaces de llevar a cabo esta armonización de los intereses individuales.

<sup>203</sup> El espectador imparcial puede interpretarse como la objetivación del sistema u orden moral, según escribe Dupuy; “De ahí que la moralización del orden comporte el recurso a un Gran Hacedor que vigila, aprueba o desaprueba lo que ocurre, sabedor siempre del significado moral del más pequeño accidente. La exteriorización de los fundamentos legítimos del orden supone así el recurso a lo sagrado (Dupuy 1992: 35).”

<sup>204</sup> “No es que meramente afecte los sentimientos del espectador imparcial: realmente los adopta. Casi se identifica con y se transforma en ese espectador imparcial, y casi no siente sino lo que dicho gran árbitro de su conducta lo orienta a sentir” (Smith, 2004: 265).

<sup>205</sup> “El hombre dentro del pecho, el espectador abstracto e ideal de nuestros sentimientos y conducta, exige a menudo ser despertado y preparado para su trabajo por la presencia del espectador real, y siempre es del espectador del que cabe prever la simpatía e indulgencia menores, del que probablemente aprendamos la lección más cabal de autocontrol” (Smith, 2004:275).

<sup>206</sup> Ramos encuentra dos tradiciones que entroncan con este tópico, el otro como espejo en el que me miro, central para el barroco y el ideal cristiano del reconocimiento del ser del amado otorgado por el amante.

<sup>207</sup> Es este mecanismo el que Sennet describe como el proceso que conduce a la sociedad contemporánea, la sociedad íntima, en su terminología, a la atrofia moral y en último término social,

Uno de los elementos que nos interesa rescatar de la idea del espectador imparcial, es que nos habla de cómo “el sujeto que busca el reconocimiento simpático de los otros que están ahí, observándolo en el escenario, se sabe observado” (Ramos, 2001), asunto al que volveremos para relacionarlo con el paradigma del panóptico como base de la mirada en la formación discursiva de la solidaridad.

Como hemos visto a lo largo de este capítulo, la perspectiva de Smith requiere un modelo desdoblado del yo muy complicado. Un yo que puede salir de sí e interactuar consigo a la vez como juez y ejecutor de la conducta considerada y de los sentimientos que la acompañan. Un juez (espectador) que se ve como otro que nunca es igual al ejecutor (actor). ¿Qué provoca esa distancia y en qué consiste? ¿Quién le dicta lo correcto?, ¿porqué hay algo en el sujeto que es más que él?

Esas cuestiones acerca de las voces y espectadores imparciales que nos avisan de lo que en realidad somos, sentimos y podemos conocer o reconocer resuenan en los discursos de la solidaridad actual. Según este modelo, todos llevamos dentro esa instancia que regula el sentimiento moral y sabemos, más allá de los discursos hegemónicos y de nuestros posicionamientos sociales, lo que éticamente es correcto. No obstante, como Ramos (2001) se pregunta, si la voz es interior y más que uno, si la instancia enunciativa del espectador imparcial nos supera: ¿dónde se queda la imaginación?, ¿para qué sirve la re-construcción imaginativa que guía nuestros sentimientos morales?, ¿qué lugar ocupa la representación?, ¿qué la determina o condiciona? Estas serán algunas de las preguntas que abordaremos en el análisis de los discursos publicitarios de las ONGD para indagar acerca de los límites y fronteras de la formación discursiva.

Pese a que la interpretación acerca del espectador imparcial de Smith queda lejos de nuestros propósitos, creemos que el mecanismo dual que describe no deja de ser interesante para nuestra investigación. En el marco de un modelo de razonamiento ético es imprescindible la articulación de estas dos dimensiones: la de un sujeto emocionado que se vincula con su entorno y la de ese mismo sujeto con capacidad para realizar una argumentación y desarrollar, críticamente, sus capacidades socio-afectivas, incorporando a ellas un punto de vista distanciado, controlado, que le permita considerar otros datos, voces, tiempos y ritmos, es decir, que pueda desarrollar una identificación emotiva, al tiempo que se reapropia de los repertorios éticos y afectivos disponibles y/o posibles.

---

dado que las relaciones morales –y amorosas– que constituyen el mundo, son en definitiva una muestra de exceso de amor y atención auto-referencial.

La posición hegemónica de este espectador imparcial como avisamos, a lo largo de la obra de Smith, deja de representar un mecanismo procedimental para dotarse de valores sustantivos, que aún hoy perduran y a través de los qué se reconstruye la compasión como un valor esencial y naturalizado de quienes están categorizados como seres humanos. El orden social y moral se implanta por la ritualización continuada de esta acción socio-afectiva específica, el hábito compasivo que los sujetos mimetizan. Mímesis que despliega una actuación performativa a través de la que se institucionaliza una estructura de sentimiento, un modo de sentir y unas representaciones asociadas. Esta reiteración de los modelos de la simpatía y del sentimentalismo es así capaz de generar orden.

No obstante, no todos los sujetos participan de este orden con la misma capacidad de agencia, como dijimos, no hay una reciprocidad real –en el sentido de que uno que se sienta observado, a la vez, pueda observar-, sino que hay sujetos que no participan de esta mirada mutua. En el universo de sentido de los espectadores del sufrimiento, hay ciertos sujetos a los que no se les atribuyen esa capacidad de juicio, de imaginación. No existen representaciones de los otros infelices imaginando, sintiendo, creando representaciones y, por tanto, ésta será otra manera de convertirles en seres irracionales. La pauta de conducta imitativa resultado de la valoración del espectador imparcial afecta a todos aquellos que pertenecen a una comunidad de referencia, no a los excluidos de ésta, que participarán de manera diversa. La capacidad de crear y compartir imaginarios, de articular figuraciones es un rasgo de nuestra racionalidad, al igual que la capacidad de ser sensibles, de emocionarnos y enternecernos frente al sufrimiento del otro, es decir, la capacidad de ser humanos -que sólo corresponde a aquellos que son parte del nosotros.

La existencia del sentimiento moral por excelencia presupone la transparencia de nuestra conciencia, la autenticidad de nuestras emociones, así como, la claridad y adecuación tanto de lo visto –la escena de la emoción- como de lo juzgado. Gracias a esta máxima accesibilidad, el enunciador solidario puede trabajar, desde lo presupuesto, la construcción de dichos valores. La transparencia y la incondicionalidad de nuestra conciencia, finalmente, permiten al espectador imparcial concebirse como universal, como parte de lo humanamente compartido, evidente y de “sentido común”. De ahí, que como seres humanos compartamos la capacidad de ser compasivos. Para que la compasión pueda ser movilizada es necesario el sufrimiento ajeno y que la pobreza quede constituida en nuestra cultura como el principal fenómeno que le ofrece al sujeto –socio-político- la oportunidad de mostrar sus actitudes y virtudes benevolentes. Por eso, en el modelo del sentimentalismo ilustrado, la pobreza es un lugar

privilegiado de la moralidad, siempre y cuando, ésta sea el escenario para el despliegue de la libre voluntad de la compasión y la benevolencia, del principal deber-ser del humano autónomo e independiente.

## 4.3 La política de la piedad

"Y cualquier cosa que el hombre haga, sepa o experimente sólo tiene sentido en el grado en que pueda expresarlo. Tal vez haya verdades más allá del discurso, y tal vez sean de gran importancia para el hombre en singular, es decir, para el hombre en cuanto no sea un ser político, pero los hombres en plural, o sea, los que viven, se mueven y actúan en este mundo, solo experimentan el significado debido a que se hablan y se sienten unos a otros (y) a sí mismos."

Arendt, 1998

### 4.3.1 Definición y orígenes

El término política de la piedad fue acuñado por Hanna Arendt en su ensayo *Sobre la revolución*, en el capítulo II: "La cuestión social". La política de la piedad hunde sus raíces, según Arendt, en la Revolución Francesa cuando por primera vez el sufrimiento de otros distantes se tematiza como aspecto central de la esfera política. El máximo exponente teórico de dicho modelo será Jean-Jacques Rousseau.

Este modelo se caracteriza por la distinción entre dos tipos fundamentales de sujetos: los que sufren –infelices- y aquellos que observan dicho sufrimiento pero no lo comparten - espectadores afortunados-. La infelicidad en este modelo se considera una condición definitoria de ciertos sujetos, que pasan a ser considerados sufrientes y desafortunados por esencia. Además todos los así categorizados constituyen una masa homogénea, que puede ser contemplada por el conjunto de sujetos privilegiados que, por el contrario, gozan de una cierta individualización. La individualización que disfrutan los sujetos afortunados deriva de su identificación con el prototipo de sujeto liberal.

En este modelo si la necesidad es el objeto de la política, la contemplación es su herramienta básica y la mirada es su eje central. Frente al espectáculo de la necesidad, el sufrimiento y la infelicidad, la única respuesta posible, adecuada al modelo, es la activación de la piedad. No obstante, para que dicha piedad, sea activada deben hacerse presentes las miserias singulares y encontrar su expresión en "la plaza pública" (Arendt, 1967:67-124).

Es este proceso de despliegue de un discurso que posibilita la comunicación política de la piedad el que nos interesó en la obra de Adam Smith, *Teoría de los Sentimientos Morales*, un esquema explicativo coetáneo del desarrollo histórico de la política de la piedad. Su obra tiene en cuenta todos los elementos rastreados por Arendt: la distinción entre sujetos felices e infelices; su vinculación gracias al acto de contemplación; la relación empática que les une y que garantiza la existencia de una sensibilidad común y compartida por todos los sujetos afortunados que observan y que sostienen, según Smith, el “orden moral”<sup>208</sup>.

### 4.3.2 La Revolución Francesa y la cuestión social

En el contexto de las revoluciones modernas juega un papel central la idea de la necesidad en la concepción del proceso histórico. Este concepto temporal fue traducido como necesidad recurrente que somete toda la vida humana (Arendt, 1967: 67). Siguiendo las consecuencias de esta potente metáfora, Hanna Arendt estudió cómo, durante la época ilustrada de la Revolución Francesa, irrumpe la concepción de la Nación como un cuerpo sobrenatural condensado en la “voluntad general” y de qué manera, en el marco de este proceso, la necesidad biológica de los individuos se desplaza al punto central de la escena política. Ambos aspectos: la voluntad general y la necesidad biológica se convirtieron, según la autora, en los elementos paradigmáticos de las revoluciones modernas, modelo del que aún hoy podemos rastrear las huellas.

En este momento del siglo XVIII, emerge y adquiere importancia la “cuestión social” que se convierte, desde entonces, en un referente imprescindible para la comprensión del cambio social. Se identifica como la cuestión social el hecho de la pobreza, concebida como algo más que una mera carencia. La principal crítica de Arendt a esta concepción es que olvida que la pobreza siempre está inscrita en un marco social, un contexto socio-político en el que se constituye. Este hecho fue resaltado por Marx en sus primeros trabajos, en los que consideraba que la historicidad de la pobreza<sup>209</sup> podía convertirla en una fuerza política de

<sup>208</sup> Como un digno autor de su época, Smith no tendrá demasiado en cuenta la pertenencia de los sujetos a comunidades de referencia, sino que su modelo defenderá la singularidad del sujeto liberal moderno, por más que destaque la importancia de procesos sociales colectivos como la moda y la costumbre. Eso le permite defender un esquema en el que felices e infelices parecen no poseer ningún vínculo previo, más allá de la relación que se establece a partir del acto de contemplación del sufrimiento de unos por parte de otros. Esto, según veremos a lo largo del siguiente apartado, limita en gran medida la validez de su propuesta y es, sin duda, uno de los aspectos —el de la identidad y la pertenencia en relación a la vinculación moral— que mejor ha resuelto la filosofía contemporánea.

<sup>209</sup> El concepto de pobreza, como hemos apuntado, no debería ser concebido como un *a priori*, ni como un tipo de experiencia inmediata. La pobreza siempre es de carácter relacional y necesita de su inserción

primer orden. Este planteamiento precisaba además de una reflexión sobre la “explotación”<sup>210</sup>; sin embargo, el sentido de la cuestión social evolucionó por otros derroteros. Aunque Marx fue de los primeros autores en destacar el potencial político de la pobreza, finalmente, –como el resto de los teóricos revolucionarios de la época- terminó suscribiendo, según Hanna Arendt, que la vida constituye el bien más alto y que el proceso vital de la sociedad constituye la trama de la actividad humana. Es decir, redujo el espacio de la política al de la vida biológicamente considerada, restando importancia a las relaciones entre los sujetos. Por todo esto, el objetivo de las revoluciones, a partir de entonces, deja de ser la libertad y pasa a ser la abundancia, es decir, la liberación del proceso vital de la sociedad de las cadenas de la escasez. Esta meta supone la identificación de la necesidad social con las urgencias perentorias del proceso vital más básico, por ejemplo, la alimentación.

El objetivo revolucionario es liberar al pueblo de la escasez para que, finalmente, todos puedan llegar a formar parte de la Nación, del Pueblo próspero; pero mientras esto sucede, la mirada se concentra en estos pobres, sujetos excluidos que aún no pueden pertenecer a esa Nación con mayúsculas y que resultan terriblemente incómodos, puesto que recuerdan la naturaleza inacabada del proyecto revolucionario en ciernes.

Este panorama permite la categorización primigenia de una escena política habitada por un conjunto de lugares sociales que responden a diversos tipos de clasificación: ricos y pobres, incluidos y excluidos<sup>211</sup>, felices e infelices, miembros del Pueblo con mayúsculas o componentes del pueblo en minúsculas, es decir, de las clases populares. La articulación de

---

en un horizonte de sentido para ser comprendida y compartida. La pobreza, como “todo fenómeno social es, por definición, una relación social, y por tanto una forma social específica, lo que quiere decir, al mismo tiempo, una condición que no es puramente cuantitativa -que no se puede definir a partir de umbrales absolutos, por ejemplo de tipo biológico, una situación que involucra por principio la presencia de otro -estrictamente de otros-, y una interacción que introduce siempre problemas de sentido, formas de interpretación, sistemas de expectativas” (Castro de Carvajal, 1997:19).

<sup>210</sup> Tal y como escribe Arendt, Marx mostró que “la pobreza es en sí un fenómeno político, no natural, resultado no de la escasez, sino de la violencia y la usurpación. Si la miseria -que por definición no puede producir nunca “hombres libres de espíritu”, ya que es un estado de necesidad- se caracterizaba por engendrar revoluciones, no por impedir las, era necesario traducir las condiciones económicas a factores políticos y explicarlas en términos políticos.” (Arendt, 1967:71)

<sup>211</sup> Boltanski en su obra *El nuevo espíritu del capitalismo* afirma que el término explotación en la época contemporánea fue definitivamente sustituido por el de exclusión. De hecho, el término de exclusión es mucho más coherente con la tónica del sentimiento que con la tónica de la denuncia, según veremos en próximos apartados. Las asociaciones humanitarias encontraron a partir de la década de los 90 “un lenguaje común en el idioma de la exclusión y se impusieron como objetivo global, con independencia de su orientación práctica inmediata, la *reinserción* de los *excluidos*”. Un desplazamiento similar al que describe Arendt y que frente al rechazo de la injusticia social, primará otra línea de reacción que es la indignación frente a la miseria.

estos lugares sociales condensa, como veremos con más detalle, la dinámica del establecimiento del Estado-nación moderno y su noción de ciudadanía.

Una vez reconocida y categorizada como problema esta distinción, clave de la acción política ilustrada, presupone la existencia de una incomodidad compartida por la presencia de los otros excluidos. Esta incomodidad moviliza el deseo, supuestamente colectivo e históricamente articulado, de la destrucción o, al menos, de la disminución del lugar social subalterno más desfavorable.

Si los nazis constituirán, según Bauman, un extremo de las prácticas asociadas a este deseo de disolución de las fracturas sociales de la desigualdad fundante, con el objetivo de refundar el auténtico Pueblo<sup>212</sup>; la línea que vincula a los ilustrados de antaño con los “humanitarios-solidarios” de hoy, será precisamente, el extremo contrario del mismo deseo.

El deseo de anular la diferencia jerarquizante es una meta fundamental del modelo y proyecto político de la modernidad ilustrada que se conduce bajo el paradigma normativo del progreso, en cuanto queda instituido como un paso necesario hacia la búsqueda de la integración de los sujetos en una misma Humanidad. Para los ilustrados, uno de los principales instrumentos revolucionarios, pertinentes para dicho proceso, será la compasión; mientras que en las sociedades contemporáneas esta pasión revolucionaria queda traducida en instituciones como la beneficencia, el desarrollo y la solidaridad.

En la lógica revolucionaria ilustrada, la disyunción entre felices y desgraciados, afortunados y desafortunados, activa no sólo la posibilidad del espectáculo de la miseria del pueblo, de las clases pobres y populares, sino que además facilita la aparición de un posicionamiento social, político, afectivo y moral encarnado por el sujeto feliz y afortunado, que constituye no sólo un ser sino un hacer virtuoso. “Las palabras *le peuple* son las palabras clave para entender la Revolución Francesa, y sus diversos significados fueron definidos por quienes estaban en situación de contemplar el espectáculo de los padecimientos del pueblo, los cuales no eran los suyos” (Arendt, 1967:83). El pueblo termina por convertirse en un sinónimo de desgracia e infelicidad que reclama una compasión convertida en “pasión política suprema” y “virtud política superior”.

<sup>212</sup> Estas cuestiones expresan y materializan –paradójicamente y salvando todas las distancias que impone la historia- un deseo que estuvo implicado en la “solución final”, el de anular una diferencia jerarquizante, necesaria para el modelo político de la modernidad y cuya pervivencia es, al mismo tiempo, el principal obstáculo para la creación de un solo Pueblo, de una misma Humanidad, integrada por sujetos felices

La compasión precisa al pueblo de la misma manera que el pueblo precisa compasión; en un proceso que, en cierto modo, dota de sentido a la exclusión, puesto que la reincorpora corporeizándola como núcleo del poder soberano, como su principal centro de atención u objeto de gestión. Si el cuerpo (y su necesidad) es el objeto de la política, los revolucionarios franceses convirtieron el corazón, más concretamente, el sentimiento compasivo, en fuente de la virtud política. Arendt destaca las ideas de Rousseau como máximo exponente del pensamiento revolucionario francés acerca de estas nuevas concepciones. Concepciones que, para la autora, están construidas sobre un “error fundamental” y es considerar que las necesidades del pueblo que ocupan la esfera política son, sin embargo, de naturaleza pre-política y que, por tanto, el principal e único instrumento que requieren es la compasión.

### 4.3.3 La ciudadanía “humanizada”

La nueva acción política revolucionaria pretendía terminar con la distinción clásica entre individuo y ciudadano, estableciendo el origen de los derechos y deberes de todo sujeto en su condición humana, entendida ésta como su existencia natural biológica. Según los ilustrados revolucionarios franceses, el individuo no precisa ya de ningún artefacto político para desarrollar su vida en sociedad. Según los autores de la época, este desplazamiento implicaba haber liberado a los hombres –en cuanto tales-, haberles emancipado y entregado su propia naturaleza, puesto que sus derechos a partir de entonces les serían otorgados no en virtud de su pertenencia al cuerpo político, sino en virtud del hecho del nacimiento. En el fondo, su pasión por la lucha contra la hipocresía les llevó a anular la máscara protectora de la personalidad legal, derribar cualquier máscara, aunque ésta fuese el sostén de la ciudadanía como modelo de vida en sociedad, consiguiendo con ello reducir la política a la naturaleza. “Se suponía (en la Revolución Francesa) que el nuevo cuerpo político descansaba sobre los derechos naturales del hombre, sobre sus derechos que se derivan del hecho de constituir un ser natural, sobre su derecho a “alimentación, vestido y a la reproducción de la especie, es decir, sobre un derecho a las necesidades de la vida” (Arendt, 1967: 118).

Pero en este proceso, lo paradójico fue que los derechos que derivan de constituir un ser natural no se concibieron como derechos pre-políticos, es decir, derechos que ningún gobierno ni ningún poder político tiene derecho a tocar o a violar, sino que fueron concebidos como el contenido propio de la política, el fin último del gobierno y del poder.

Y en este proceso, el pueblo de sufrientes se transforma, las masas que padecen parecen tener la posibilidad de liberarse y los revolucionarios creen ver en la miseria expuesta, como



espectáculo, la posibilidad del resurgir de la máxima virtud y el principio de una sociedad ajena a la hipocresía. No obstante, no conviene olvidar que la relación entre los revolucionarios, paradigma de sujeto afortunado, y la cuestión social, encarnada por los sujetos pobres excluidos, fue compleja, en ningún caso inmediata y exenta de conflictos.

Como hemos apuntado en la introducción, la política de la piedad está caracterizada por el lugar privilegiado que concede a la mirada, a la contemplación y esto responde a que la maldición de la pobreza, en muchas ocasiones, la constituye más la oscuridad que la propia indigencia, según pensaba Marx. Por eso, el paso previo al despliegue de cualquier virtud política es determinar y visualizar su objeto de atención. Este proceso sucede cuando la cuestión social consigue visibilizarse en la esfera pública y además los sujetos afortunados, es decir, los ciudadanos logran superar la barrera de la indiferencia y transformarse en espectadores de la miseria, lo que presupone establecer un cierto tipo de vínculo con ella. En el modelo político piadoso, la indiferencia es, junto a la hipocresía, el principal peligro que todo sujeto afortunado debe vencer y mantener bajo control. A la condición esencial de espectador, involucrado y no hipócrita le acompaña la creencia hegemónica en la existencia de

una repugnancia innata ante el espectáculo del sufrimiento, según afirmaba Rousseau.

Sin embargo, pese a la fe roussoniana, sabemos que históricamente son muchas las ignominias y condiciones de extrema pobreza y miseria que han sido ignoradas. Situaciones ante las que se ha actuado con total indiferencia, puesto que ni siquiera habían sido (o son) categorizadas como parte de la cuestión social. El mejor ejemplo es el de la mayoría de contextos



Figura 19 El Roto, El País, 4 Octubre 2002

de esclavitud a lo largo de la historia. "La historia nos enseña que no es en modo alguno natural que el espectáculo de la miseria mueva a los hombres a la piedad; incluso durante los largos siglos en los que la religión cristiana de la misericordia determinaba las normas morales de la civilización occidental, la compasión operaba fuera del ámbito de la política y, en ocasiones, al margen de la jerarquía establecida de la Iglesia" (Arendt, 1967: 79).

Por tanto, no todo sufrimiento ajeno podrá constituirse como objeto de compasión y piedad, antes éste deberá superar la distancia establecida por las dinámicas de una ceguera. Aunque como escribe Arendt, "no era más fácil para el habitante de París del siglo XVIII o, un siglo después, para el de Londres- adonde fueron Marx y Engels para estudiar las lecciones de la Revolución Francesa- apartar sus ojos de la miseria e infelicidad en que se encontraban las masas del género humano de lo que es hoy en algunos países europeos, en la mayor parte de los latinoamericanos y en casi todos los de Asia y África" (Arendt, 1967:82).

Superada la ceguera –cognitiva y moral- cabe la posibilidad del descubrimiento del vínculo, esto es, del desvelamiento de una esencia común que nos une entre nosotros y a los otros. Dicho desvelamiento para los ilustrados consiste en el “florecimiento” del sentimiento moral básico en el seno del corazón de cada “hombre de bien”, sentimiento que, hasta el momento, permanecía oculto, para los ojos públicos, por el peso de la hipocresía y la indiferencia mencionadas. Esta especie de obcecamiento, de toma de distancia con respecto a lo que significa ser “un ser humano verdadero” no sucede en todos los lugares sociales por igual. De hecho, sólo se concibe como una situación atribuible a los ricos, a los ciudadanos en un sentido más general, porque son ellos quienes supuestamente más se han separado del estado de naturaleza, estado que impone una manera peculiar de humanidad: una “humanidad sentimental”.<sup>213</sup>

Para Rousseau, "la magia de la compasión consistía en que abría el corazón del que padece a los sufrimientos de los demás, por lo cual establecía y confirmaba el vínculo natural entre los hombres que sólo los ricos habían perdido" (Arendt, 1967:90). Los otros sufrientes son, ya en la obra de Rousseau, concebidos como sujetos en estado de naturaleza, es decir, adscritos al ser social como vidas biológicas. Esta condición conlleva la desubjetivización de los pobres; quienes en la esfera pública más que como sujetos particulares que ostentan derechos serán concebidos (constituidos) como una “masa sufriente”.

Podemos ver la relación entre esta circunstancia y la idea de opinión pública ilustrada. Durante la Revolución Francesa, la multitud<sup>214</sup> es considerada uno, el actor “multitud” homogeneiza la

<sup>213</sup> Más adelante al describir la tópica sentimental veremos cómo estas ideas hoy en día han sido traducida a los relatos en que se romantiza a los pobres como sujetos especialmente ligados a la naturaleza, comprendida como una capacidad de sentir, espontánea y sincera expresión de una bondad extrema e ilimitada con fuertes tintes de irracionalidad.

<sup>214</sup> Los sentidos contemporáneos del término *multitud* son radicalmente diferentes. “La multiplicidad es definida como una multiplicidad de sujetos. Aquí, lo que es puesto en desafío, es la reducción a lo uno, es decir esta permanente tentación que envenena el pensamiento desde la metafísica clásica. La multitud es por el contrario una multiplicidad irreductible, una cantidad indefinida de puntos, un conjunto diferenciado, absolutamente diferenciado. ¿Piensas realmente que el conjunto de ciudadanos

pluralidad en una sola voluntad que aúna y trasciende toda diversidad. La voluntad debe ser una e indivisible, caracterizada por la unanimidad de la voluntad popular. Rousseau concibe la Nación como un todo conducido por dicha voluntad, si bien una voluntad que no es estable. A través de esta noción, el autor coloca a una multitud en el lugar de una persona individual y establece como elemento imprescindible de la política de la piedad que la voluntad general sea el vínculo que liga a muchos en uno.

Esta única voz general responde a dos elementos. En primer lugar, su definición depende de la identificación de un enemigo, un aspecto sencillo cuando la Nación se enfrenta al exterior, pero ¿dónde reside el enemigo cuando la multitud observa la política interior? Según Rousseau, el enemigo común dentro de la nación es la suma total de los intereses particulares de todos los ciudadanos (Arendt, 1967:86). Este es uno de los puntos de interés de su propuesta: la existencia de una voluntad aunada y desinteresada. Y el segundo aspecto que orienta y condensa la voluntad es la necesidad. La necesidad del pueblo, dentro del marco establecido por la voluntad general, es un asunto que se naturaliza y esencializa<sup>215</sup>, adquiriendo categoría de evidente, escapando del ámbito de la discusión política, al quedar definida como pre-política.

La lucha contra el propio interés y la identificación de la necesidad serán un rasgo común de las revoluciones y pasarán a formar parte del modelo político de la piedad. De hecho, según Arendt, desde la Revolución Francesa el desinterés ha quedado identificado con la virtud.

Si la compasión constituía la reacción más natural frente a los padecimientos de los otros, el valor que un hombre podía demostrar debería ser juzgado por su capacidad para actuar en contra de su interés y de su voluntad particular. Intereses que suponen, según Rousseau, un obstáculo para el florecimiento y la expresión del sentimiento compasivo genuino.

La clave de esta filosofía reside en el acento sobre el padecimiento, un fenómeno de naturaleza compleja que afecta tanto los felices como a los infelices. Para Rousseau, la solidaridad entre todos los hombres sólo es posible si los sujetos son capaces de entregarse al

---

puede ser reducido a la unidad? Es absurdo. La multitud de singularidades no puede ser devuelta a la idea de pueblo. El pueblo ha representado durante el periodo moderno una reducción hipostática de la multitud. La soberanía ha reconocido en el pueblo su base y ha transferido en el pueblo su imagen. El engaño de la representación política se ha tejido a través de estos conceptos de soberanía y de pueblo. ¿Pero qué ha pasado, por tanto, con el pueblo soberano? Está perdido en las brumas del Imperio; su composición ha sido anulada por la corrupción de la multitud. No queda ante nosotros ya más que la multitud". (Toni Negri, extracto de Abecedario Biopolítico, [http://sindominio.net/contrapoder/article.php3?id\\_article=4](http://sindominio.net/contrapoder/article.php3?id_article=4))

<sup>215</sup> Ha sido el pensamiento feminista el que ha logrado deconstruir esta idea de la necesidad como un asunto pre-político, que siempre reaparece en la esfera pública como algo ajeno a la discusión.

padecimiento de los demás, luchando contra el propio interés. Esta situación indica la naturaleza paradójica del individuo ilustrado para quien la existencia dual del alma se hacía patente al contemplar la “masa sufriente” del pueblo. Dicha visión engendra una pasión con un doble sentido, por una parte abriga un apasionamiento intenso, pero al mismo tiempo también un padecimiento intenso, provocado no sólo por lo observado sino por la lucha interna subsiguiente. En el marco de esta lucha, el egoísmo llegó a ser considerado peor que la perversidad.

El máximo padecimiento acerca al sujeto a la máxima virtud, por eso los tormentos de la miseria deben engendrar la bondad que pasa a ser considerada un atributo de los desgraciados y el patrimonio de los pobres, porque ellos –sometidos a la estrategia de máxima idealización-, según Rousseau, no deben luchar contra el egoísmo –máxima depravación natural- sino que su condición les vincula más directamente con la supuesta bondad ilimitada.

Para Arendt, durante la Revolución Francesa la exposición de la miseria y su contemplación pasó a ser considerada sinónimo de virtud política, un proceso que indica la transformación de la compasión en piedad. Pero este proceso no reclama una agencia para las clases populares, para el pueblo sufriente, sino que si ellos ocupan un cierto lugar social, será gracias al apasionamiento compasivo de los sujetos revolucionarios. Pero, ¿qué tipo de apasionamiento constituye la piedad?

Quizá la aportación más relevante para nuestro trabajo del análisis de Arendt sobre la política de la piedad consiste en la descripción y la diferenciación que la autora realiza entre compasión, piedad y solidaridad. Según señala en su obra, “la compasión, por su propia naturaleza no puede ser movida por los padecimientos de toda una clase o un pueblo, y menos aún de toda la humanidad. (...) Su fuerza depende de la fuerza de la propia pasión, la cual, en oposición a la razón, sólo puede comprender lo particular, sin noción alguna de lo general ni capacidad para generalización” (Arendt, 1967: 94).

La compasión requiere de la locuacidad del discurso para poder habitar la plaza pública, porque en sí misma la compasión es una pasión que carece de elocuencia, su lenguaje se compone de gestos y expresiones del semblante que no precisan palabras, según la noción de Arendt. “La compasión, y en este sentido se asemeja al amor, anula la distancia, el espacio que siempre existe en las relaciones humanas, por lo cual si la virtud siempre está presta a afirmar que es preferible sufrir que actuar injustamente, la compasión va más allá y afirma, de modo completamente sincero e ingenuo, que es más fácil sufrir que ver sufrir a los demás” (Arendt,

1967: 95). Una definición de la compasión que la acerca a la idea de responsabilidad radical frente al otro, de Levitas, o a la noción clásica de ágape.

Sin embargo, como apunta la autora, esta pasión, tal y como está concebida en el pensamiento ilustrado, no goza de una naturaleza política precisamente por anular las distancias y, añadimos, las jerarquías, las comparaciones que caracterizan el espacio intersubjetivo en el que se localizan los asuntos políticos.

Por tanto, sólo es posible hablar de compasión en la esfera pública política si ésta se confunde con la piedad, algo que sucede a través de un proceso dinámico por el que las masas sufrientes unificadas en el pueblo son despersonalizadas y, al mismo tiempo, reincorporadas a través de la tipificación de la máxima singularidad sufriente, como veremos en el análisis de los discursos publicitarios.

La piedad puede interpretarse como una especie de compasión politizada, un sentimiento provocado por el padecimiento y la desgracia de los otros como multitud, que impone una distancia a través de su interés locuaz y demostrativo en la “plaza pública” (Arendt, 1967). Aunque la piedad rige la política sentimentalista ilustrada, de la que el primer ejemplo fue la Revolución Francesa, esta virtud no puede, por su ligazón con la compasión y su falta de límites, contribuir a la construcción de un espacio político democrático tal y como Arendt lo piensa. Su falta de límites impide que pueda ser fundamento de relaciones entre personas desde la base de su singularidad. Para eso, es preciso movilizar otro afecto: la solidaridad<sup>216</sup>. La solidaridad “es un principio que puede inspirar y guiar la acción” (Arendt, 1967:98) puede tener su origen en la piedad, incluso en la compasión, puede estar promovida por el padecimiento de otros pero, según puntualiza Arendt, no está guiada por él, ni acaba con la experiencia de sentir. Además, la solidaridad establece un espacio compartido en el que actúan como iguales todos los sujetos, tienen cabida todas las posiciones, ricos y poderosos, débiles y pobres. Por el contrario, la piedad no existiría sin la presencia de la desgracia y, por tanto, ésta afirmará –y reforzará– constantemente la necesidad y la debilidad; por otra parte,

<sup>216</sup> La concepción de la solidaridad en la obra de Arendt está lejos de los sentidos hegemónicos que ha adoptado en la formación discursiva contemporánea, si bien no tienen porqué descartarse como horizonte. Esta autora mantiene una posición que quizá diferencia en exceso razón y afecto, pero su planteamiento nos resulta de interés para nuestro objeto. Escribe “es la piedad la que empuja a los hombres hacia *les hommes faibles* pero es gracias a la solidaridad como ellos fundan deliberadamente y, si así puede decirse, desapasionadamente, una comunidad de intereses con los oprimidos y explotados. El interés común podría ser la grandeza del hombre, “el honor de la raza humana” o la dignidad del hombre” (Arendt, 1967:97). Por eso, “si se compara con el sentimiento de piedad, puede parecer fría y abstracta, pues siempre queda circunscrita a ideas –la grandeza, el honor, la dignidad– y no a ninguna especie de “amor” por los hombres” (Arendt, 1967:98-99).

se trata de una pasión que se puede disfrutar por sí misma, “que conducirá casi automáticamente a una glorificación de su causa que es el padecimiento del prójimo”.

La reflexión de Arendt nos invita a profundizar sobre las diferencias entre la piedad y la solidaridad como horizonte, la manera que está construido el objeto de la política de la piedad y la posición de los espectadores, es decir, en la dimensión representacional que moviliza este modelo político y socio-afectivo y las experiencias a éste asociadas. Este modelo nos pone en contacto, de una parte, con la función de los universales particulares en la conformación del orden social y las relaciones éticas; así como, de otra, con la idea tradicional de la emoción como expresión descontrolada e ilimitada de un núcleo de personalidad o subjetividad auténtica, sobre la que, en último término, está sustentada la ciudadanía moderna. Como resume Arendt, “la inquietud política que la miseria del pueblo conlleva es que la mayoría puede asumir de hecho el disfraz de la unidad, que el padecimiento engendra ciertamente estados de ánimo, emociones y actitudes que se asemejan a la solidaridad hasta el punto de confundirse con ella, y que -en último término pero no menos importante- la piedad hacia la mayoría se confunde fácilmente con la compasión hacia una persona, cuando el “celo de la compasión” (*le zèle compatissant*) puede fijarse sobre un objeto cuya unidad parece cumplir los requisitos de la compasión, en tanto que su inmensidad, al propio tiempo, corresponde a la infinitud de la emoción auténtica” (Arendt, 1967:103).

## 4.4 Cultura íntima y sentimentalismo

### 4.4.1 Introducción

El ideal de sujeto moderno es el del hombre (blanco, rico, occidental, heterosexual, europeo, ciudadano) creado a sí mismo, compacto y coherente, con una personalidad única y precisa. Este prototipo de sujeto moderno ha basculado entre el hombre insensible<sup>217</sup> y el afectado, el que desarrolla su máxima capacidad de autocontrol y el que se sorprende desbordado por la expresión auténtica de su naturaleza humana sensible. Este sujeto afectado o pasional surge ligado a la idea de una conciencia sentimental que controla y satura el yo, que se difunde culturalmente gracias al desarrollo de la novela sentimental, un género protagonizado mayoritariamente por mujeres o personajes asociados a lo femenino. En la modernidad

---

<sup>217</sup> Para una revisión de la incidencia en el pensamiento estético de la idea de sujeto autotético y auto-contenido ver Buck-Morss (2005:174-180)

cristalizó un modelo de sujeto más cercano a las heroínas dieciochescas que a los insensibles guerreros. El estilo emotivo parece haber ganado la partida expresiva y aún perdura, en ciertos ámbitos de lo social, un tipo de expresividad basada en la exacerbación de lo afectivo, como algo que se desborda desde los incontenibles márgenes de esta conciencia sentimental<sup>218</sup>.

Sin ánimo de ser exhaustivos, los elementos o dimensiones que inciden en la aparición de la estructura de sentimiento que define el modelo de subjetividad, cultura y estilo emotivo paradigmáticos del sentimentalismo ilustrado son los siguientes:

- 1- la desestructuración de la comunidad tradicional y la aparición de los públicos modernos y las comunidades de interpretación;
- 2- el proceso creciente de individualismo a través de la concepción del yo –identidad– como carácter autónomo, independiente y autodeterminado;
- 3- la moralidad y sentimentalidad como herramientas identitarias;
- 4- el narcisismo (posterior al modelo ilustrado) como modelo identitario y de relación social, y la búsqueda y expresión del yo auténtico y sincero<sup>219</sup> como objetivo vital;
- 5- y, por último, la configuración de un espacio público, en el que la creciente diferenciación entre público y privado convive con la colonización de los espacios de impersonalidad por parte de los espacios de lo íntimo, de la manifestación de una afectividad confesional, sincera y desbordante que expresa la esencia humana que comparten todos los sujetos.

Describiremos a lo largo de este apartado las características del narcisismo y la cultura íntima, así como, su participación en la definición de nuestra noción de ciudadanía y del espacio público político. Este recorrido expondrá las conclusiones básicas de dos autores: la obra clásica de Sennet (2002), *El declive del hombre público* y el trabajo de Seoane (2004) sobre la emergencia de la moral sentimental en el siglo XVIII.

El sentimiento moral ilustrado afecta a la concepción de las virtudes sociales, pero también a la manera en que éstas se expresan, reflexionan y argumentan.

<sup>218</sup> Este estilo emotivo no sólo es importante en el nuevo marketing experiencial, por ejemplo, sino totalmente evidente para el caso de la neotelevisión y todos los géneros de la telerealidad.

<sup>219</sup> Los conceptos de sinceridad y autenticidad aunque insertos en el mismo campo semántico precisan de explicaciones diversas. “La sinceridad es el deseo de expresarse transparentemente tal cual uno es.” Por tanto requiere expresión en el mundo, mientras que la autenticidad puede ser silenciosa, es “el sentirse a sí mismo como verdadero” (Seoane, 169). Uno está relacionado con la transparencia el otro con la verdad.

Cada uno de estos aspectos nos habla de una identidad distinta, mucho más débil es la identidad sincera mientras que la auténtica requiere un fuerte y definido posicionamiento frente al mundo. Aunque en la cultura íntima y en el marco del sentimentalismo sinceridad y autenticidad se dan inevitablemente unidas.

Estos componentes no se articulan en el vacío sino que precisan de espacios socio-semióticos específicos<sup>220</sup>. La novela es el tipo de narración en la que se practica este nuevo orden conceptual, donde podemos apreciar cómo actúa y se negocia nuestra subjetividad moderna en forma de ciudadanía. Específicamente, la novela sentimental<sup>221</sup> será el género por excelencia para la consolidación de este repertorio emocional, para la cristalización de su vocabulario, imágenes, relatos y cronotopos idiosincrásicos, lo que les convierte en verdaderos tratados morales, sus heroínas son tanto objetos de simpatía como objetos de conocimiento (Seoane, 2004:245)<sup>222</sup>. La novela sentimental del XVIII, en la que cristaliza un repertorio de emociones narrativas (Nussbaum, 2005), se ocupará del espacio y el discurso público en el que deben concordar la universal comunidad de lo humano, preservando la identidad individual, es decir, el carácter, la independencia y la autodeterminación de los sujetos.

Con este objetivo este género discursivo, desarrolla en primer lugar, la sentimentalidad moral, que, como hemos visto en anteriores apartados, describe la esencia del ser humano como sujeto moral y pasional, que además actúa políticamente desde dicho espacio. En segundo lugar, esta sentimentalidad está acompañada de una subjetividad específica, la aparición de la autonomía y el carácter auténtico como rasgos compartidos y (posteriormente) del narcisismo como forma de gestionar dichos rasgos. Y en tercer lugar, la sensibilidad<sup>223</sup> como forma en la que la sentimentalidad, universalmente compartida, se adapta al carácter auténtico de cada individuo particular.

---

<sup>220</sup> El concepto de regímenes sociales de conocimiento indican la relación entre los modos socialmente instituidos de conocer, determinadas discursividades, y en particular modos del discurso narrativo, y determinadas formas de agruparse o sociabilidades. Puede ofrecerse una explicación histórico-cultural para los vínculos entre las formas de conocer, narrar, agruparse y comunicarse que tienen lugar en una época, dado que todos ellos participan de la configuración de un espacio socio-semiótico, esto es, de un espacio social en el que los signos son producidos, puestos en circulación y utilizados para producir sentido de una forma particular (Abril, 1997:42-44).

<sup>221</sup> “La novela sentimental era ese poner ante nuestros ojos de la forma más próxima y conmovedora aquello que debe mover a cualquiera que se sienta humano. Por eso las lágrimas” (Seoane, 2003:102).

<sup>222</sup> Los personajes de la novela sentimental intervienen en el proceso de aprendizaje mimético de las emociones y constituyen un objeto de conocimiento en el sentido que propone Schaeffer al considerar la ficción como una modelización del universo real a la que “accedemos (...) con las mismas competencias mentales y representacionales que nos sirven para representarnos la realidad”. Los modelos ficcionales nos permiten conocer la estructura y los procesos internos de la realidad y manipularnos cognitivamente (Schaeffer en Peñamarín, 2002). Peñamarín, Vega y Lavaig (1999) han analizado la potencialidad del pensamiento narrativo y de la construcción de conocimiento a partir de los modelos socio-afectivos presentes en los textos mediáticos y reelaborados en el proceso creativo de interpretación por parte de los destinatarios.

<sup>223</sup> La aparición de un concepto como el de sensibilidad nos indica que ha tenido lugar un proceso de *psicologización* y *sociologización* que se percibe en la novela, gracias a la adaptación a la matriz cultural y las discursividades modernas.



El pensamiento ilustrado y la novela construyen un universo normativo moral y afectivo que los sujetos como individuos particulares, ya no como miembros de comunidades tradicionales, son capaces de interiorizar y guardar en su corazón. Lo que trae consigo esta interiorización de normas y valores colectivos es la dignidad humana, puesto que, como portadores de este universo compartido, podemos formar parte de la comunidad de los seres humanos que simpatizan entre sí.

Esta interiorización guarda relación con el proceso de inmersión descrito por Schaeffer y mencionado en el capítulo anterior. La narración, en cuanto modelo cognitivo, nos permite vivir desde dentro las emociones de los personajes, dado que en todo relato se desarrolla un panorama dual compuesto, según Bruner, por la intersección de una visión interior y una realidad exterior<sup>224</sup>. Gracias al predominio de la realidad psíquica en el relato, los destinatarios ingresan en la vida y mente de los personajes, “sus conciencias son los imanes que producen la empatía” (Bruner citado en Peñamarín, 2002). Este panorama dual adopta características peculiares en el relato sentimentalista como veremos en el capítulo VII.

La inmersión no se produce en términos absolutos siempre va acompañada de algún tipo de bloqueo, dado que “sólo puede ser ficción si limita los efectos de ese dispositivo y, por tanto, el grado de inmersión que induce”. Por tanto, los bloqueos “tratan de impedir que la inmersión se extienda hasta contaminar el marco pragmático global que instituye la obra en tanto que ficción” (Peñamarín, 2002). Lo interesante de cara a nuestro análisis es que los textos de publicidad social que conforman la formación discursiva se ubican en una frontera híbrida entre la ficción y el contenido informativo. Este carácter híbrido y fronterizo afecta al tipo de bloqueos que solicita la experiencia de la inmersión emocional en la tópica sentimentalista. Es decir, ¿de dónde surge la posibilidad de contención y cómo opera?

Si se concede verosimilitud a las representaciones, dotándolas de carácter informativo, sucede que, en cierto grado, el sujeto se ve obligado a aceptarlas; mientras que si les concede el estatuto de representaciones ficcionales se remite a un acto voluntario, en la medida en que el sujeto se expone libremente a la inmersión; fenómeno que, sin embargo, nunca puede controlar totalmente.

En este sentido, los mecanismos de inmersión son básicos en el sentir sentimentalista porque, si bien la participación en las narraciones y sentidos compartidos se atribuye a la autonomía e

<sup>224</sup> “Uno es el panorama de la acción, donde los constituyentes son los argumentos de la acción: agente, intención o meta, situación, instrumento; algo equivalente a una “gramática del relato”. El otro es el panorama de la conciencia: los que saben, piensan o sienten, o dejan de saber, pensar o sentir: los que intervienen en la acción” (Bruner, 1996: 25).

independencia del sujeto, la experiencia sentimental derivada le desborda, superándolo. Este tipo de experiencia remite entonces a la falta de control sobre los bloqueos en la inmersión, lo que reduce la capacidad de los sujetos para distanciarse y juzgar críticamente el modelo afectivo y moral propuesto por este tipo de relatos.

Paradójicamente, este fondo de sentimientos y valores compartidos –interiorizados a través de la inmersión emocional- no implica una homogeneidad de los individuos a otro nivel, puesto que este fondo común y universal debe ser compatible con la máxima singularidad que trae consigo la aparición del carácter y la conciencia propia. Por eso, ser sensible no es someterse a la pasión sino tomar conciencia de lo que se siente y reflexionar sobre ello –empleando los modelos cognitivos narrativos-. En ese reflexionar sobre lo que se siente está implicada una sensibilidad singular, “la sensibilidad es un atributo de cada individuo en particular y no existe algo así como una “humanidad sentimental” que pudiera acordar, aunar o, al menos, hacer confluir en un mismo mundo las distintas sensibilidades las cuales, por afinadas, son tan únicas que tan sólo el feliz azar puede reunir las” (Seoane, 2004:132) Lo que nos hace iguales es la dignidad, cargada de la capacidad de sentir con otros, de com-padecer, que, a su vez, conformará el núcleo de la verdadera y auténtica identidad, del carácter individual<sup>225</sup>.

En resumen, “las ideas-guía que conforman este moderno individualismo serían: la dignidad del individuo, de hecho el “valor supremo” en nuestro sistema; su autonomía o autodirección ética, social y política, por la que se entiende que sólo él es dueño de sus decisiones, las cuales ha de tomar libre y conscientemente; su intimidad, o privacidad necesaria para “vivir su propia vida”; y, finalmente su autoperfeccionamiento” (Lukes 1975 citado por Peñamarín, 1995).

Si el rastreo histórico nos lleva hacia la Ilustración, a la luz de la descripción anterior, el desarrollo de la identidad moderna y la configuración de la subjetividad -como tipo ideal- no han quedado anquilosadas y paralizadas desde entonces. Son muchas las coyunturas que han promovido el cambio de la identidad y la subjetividad, sobre todo, a partir de lo que se define como la crisis de la modernidad, ligada al desarrollo de una nueva etapa del capitalismo neoliberal, la consolidación de la sociedad de la información y la postmodernidad, aunque de estas transformaciones nos ocuparemos más adelante.

---

<sup>225</sup> Seoane en su obra reconstruye el camino que va “de la sensibilidad, concebida como un ámbito de coparticipación íntima con los demás, hasta un sentimiento en torno al cual se forja la identidad propia y que, al tiempo, porta un código de derechos inalienables que ha de ser conseguidos en este mundo” (Seoane, 2004:127).

Los modelos de identidad han estado siempre en evolución. De este modo, la popularización<sup>226</sup> de ciertas ideas postmodernas ha extendido la creencia en un yo débil, fragmentado, en continuo movimiento y saturado de fracturas, además de la idea de un sujeto que acepta el mandato de la auto-construcción, todas ellas metáforas que hoy también funcionan en los medios de comunicación, por ejemplo en la publicidad. Parece ser una identidad que se evapora, se diluye, incluso no existe como tal, al mismo tiempo, que se trata también de una identidad fuerte, escogida, construida –supuestamente- sobre la decisión libre del sujeto. Las metáforas sobre la disolución y la fragmentación conviven con otros modelos de sujeto que siguen fuertemente anclados en la modernidad ilustrada y que, por supuesto, no son tan flexibles<sup>227</sup>.

#### 4.4.2 El narcisismo

El narcisismo es la estructura de sentimiento sobre la que se sostiene el modelo de subjetividad de la modernidad tardía. Según Sennet (2002) caracteriza tanto a la cultura íntima como al tipo de identidad de los sujetos que participan en ella. Para este autor, el narcisismo va más allá de la admiración que un sujeto puede sentir por su propia persona, promoviendo un tipo de relación intersubjetiva y social. Antes que nada, el narcisismo define una forma de habitar el mundo que impide una distinción adecuada entre los límites del mundo externo y los límites del yo. En esta estructura de sentimiento, todo pasa por el yo para ser interpretado, planteándose siempre la pregunta: ¿qué significa esto para mí teniendo en cuenta mis intereses y deseos?

El narcisismo se estructura en torno a dos valores básicos: la autenticidad y la sinceridad en la relación tanto con los otros como con uno mismo. Esta norma socio-afectiva presupone la creencia en una interioridad del individuo, una “forma de ser” o “personalidad” basada en

---

<sup>226</sup> Hablamos de popularización porque las perspectivas postmodernas y postestructuralistas han tenido un desarrollo teórico muy dispar, pero con una gran influencia como moda académica y cuyo discurso de manera simplificada ha calado en otros ámbitos como los mediáticos.

<sup>227</sup> “El proceso de descentralización de las cosmovisiones conduce a la actual coexistencia de diferentes tradiciones, creencias, estilos de vida, sistemas éticos, códigos de significado y de comportamiento, etc. La vida de cada persona se ve afectada por estas fracturas, ya que en cada ámbito de acción y relación se ve obligado a regirse según las normas propias de dicho ámbito, probablemente diferentes e incluso contradictorias con las que tendrá que aplicar en el sistema contiguo. Sin embargo, la concepción vigente del individuo supone que éste sea único, es decir, unitario e internamente coherente; que sea además autónomo y racional, es decir, que elija sus propios meta principios no guiándose por dogmas, prejuicios, etc. sino por criterios de razón. La tarea básica de construirse a sí mismo desde esta soledad, que niega todo lo heredado que haya sido incorporado acriticamente, se convierte en una tarea proteica e implica además la transparencia de la sociedad y del individuo para sí mismo, cuyo medio de autoconstrucción es la consciencia de sí” (Peñamarín, 1995).

elementos internos, en capas que pueden irse desvelando, para descubrir finalmente la verdadera identidad<sup>228</sup> que reside en un nivel más profundo. La búsqueda de una identidad auténtica y sincera de la subjetividad narcisista es un fin en sí mismo convertido en obsesión; una búsqueda que nunca será posible concluir ya que no se trata de una tarea con un esquema de acción definido sino de una posición recurrente predeterminada con anterioridad a la acción.

Ya vimos cómo Rousseau pone en el centro de sus reflexiones en la lucha contra la hipocresía que, para él, caracterizaba al antiguo régimen. Frente a la hipocresía, Rousseau defiende un ideal de pureza y sinceridad absoluto. La sinceridad significa desprenderse de cualquier artificio y máscara.<sup>229</sup> Esta sinceridad es interpretada como una interconexión de corazón a corazón que tendrá que demostrarse sincera para otorgar veracidad y credibilidad a su discurso. Sin embargo, como puntualiza Seoane no se trata de una obligación de sinceridad impuesta desde fuera sino que “el sentimiento de por sí es sincero”. Y aquellos que son hipócritas merecen ser descubiertos y condenados, porque el hipócrita en nuestra sociedad es uno de los personajes o posiciones que nos provoca repulsa e indignación<sup>230</sup>. En contra del hipócrita, el ideal de la identidad sincera y auténtica es hacer exterior todo lo interior de forma que cualquier otro pueda revivirlo, porque comparten la esencia humana que guía esos sentimientos. El reto es mantener el ideal de sinceridad y autenticidad en un contexto de circunstancias adversas. Los sujetos deben desarrollar un fuerte control de sí mismos para lograr este ideal, encontrar y reconocer su verdadero yo interior frente a las apariencias. Las heroínas de las novelas sentimentales serán el ejemplo de que la búsqueda de la identidad auténtica compensa todo tipo de dolor y sacrificio en el camino hacia el triunfo final: la proclamación de un yo.

---

<sup>228</sup> Es un punto de vista absolutamente contrario, por ejemplo, a la forma de entender la identidad y el ser social propuesta por Goffman, entre otras obras en *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (2004). En ambos casos, sin embargo, se defiende una distribución topológica-espacializada de la identidad, si bien la dimensión temporal en Goffman adquiere un peso específico que parece no tener la versión narcisista de lo identitario.

<sup>229</sup> Sinceridad que, como afirma Arendt, es lo que nos dejará desnudos e indefensos para actuar en la esfera política. Relacionamos la idea de máscara en Arendt, con la de civilidad formulada por Sennet. Para éste civilidad “es la actividad que protege a la gente entre sí y, sin embargo, les permite disfrutar de la compañía de los demás.” Llevar una máscara constituye la esencia de la civilidad, porque permiten la sociabilidad pura; una socialidad separada de las circunstancias del poder, la enfermedad y el sentimiento privado de aquellos que las usan” (Sennet, 2002:578).

<sup>230</sup> El problema con la hipocresía y una de las razones por las que nos asquea es porque nos impone otros vicios, como la desconfianza, cinismo y la paranoia. “Hace que encontremos todas las virtudes sospechosas; nos hace creer que ninguna apariencia de virtud es virtuosa. Estos hipócritas son parásitos del orden moral y socavan las fuerzas del organismo del que se alimentan” (Miller, 1998: 263).

En la cultura actual, esa búsqueda del yo, del carácter auténtico se ha convertido en una carga que tuvo su origen en el siglo XVIII. Con el paso del tiempo “conocerse a sí mismo constituye un fin, en lugar de ser un medio para conocer el mundo. (...) Multitud de personas están comprometidas como nunca antes con sus singulares historias vitales y emociones particulares; y este interés ha demostrado ser una trampa más que una liberación (Sennet, 2002: 21-23).

Una de las consecuencias que más nos interesa en este trabajo, es como destaca Sennet, la manera en que el narcisismo y la estructura de sentimiento en la que éste se inscribe, -el sentimentalismo-, restringen el ethos impersonal en la construcción del espacio público, desplazando su modo de enunciación hegemónico hacia otras dimensiones de mayor intensidad emocional propias del ámbito privado. En la cultura actual la gente está resolviendo en términos de sentimientos personales aquellas cuestiones públicas que sólo pueden ser correctamente tratadas a través de códigos de significado impersonal (Sennet, 2002: 24).

#### 4.4.3 La conciencia sentimental

Hemos mencionado al comenzar este capítulo que los sujetos modernos se conciben como sujetos multipasionales. Sin embargo, el entramado conceptual ilustrado, por ejemplo de Adam Smith, no permite abordar esta heterogeneidad, por lo que procuran encontrar los ejes organizativos y los elementos esenciales y primarios que simplifiquen y den sentido a dicha heterogeneidad. Se preguntan: ¿cómo es posible sentir de formas diversas sin perder el núcleo que define el carácter?<sup>231</sup> La respuesta está en la conciencia<sup>232</sup> sentimental, como un lugar identitario en el que todos los sucesos, pensamientos y sentimientos experimentados se articulan. Sin embargo, paradójicamente, esta labor articuladora no impide que dicho lugar permanezca concebido como estable sin capacidad para la transformación<sup>233</sup>.

<sup>231</sup> Según Seoane el carácter es “un modo determinado donde el mundo se ordena” (Seoane, 2004: 152).

<sup>232</sup> “La conciencia surge de la necesidad de unificar todas las sensaciones en un mismo individuo —el cual— las siente. Si el sentimiento supone una persona afectada por ese sentimiento, entonces siempre habrá un sujeto de la afección” (Seoane, 2004:152).

<sup>233</sup> “Para apropiarse de la minuciosa contabilidad que el sentimentalismo ofrece de cada individuo, y hacerlo no bajo un nombre sino bajo una conciencia responsable de todos sus sentimientos, la autonomía, la poderosa autonomía resulta esencial al hombre sentimental. Y su primer cometido es la toma de conciencia y control del yo en todos sus momentos. Lo curioso es que esta conciencia-control-de-sí produce una identidad idéntica siempre en todos los cambios, un hombre tan rígido que no hay instante que escape a su control (---) ésta nace acabada, estática, dada desde el principio de la narración” (Seoane, 2004:157).

No obstante, la unificación que proporciona la conciencia, no supone automáticamente uniformidad en la respuesta, puesto que al sentir nos adaptamos. Por eso hay lugar para la contradicción, la ocultación o el engaño. La presencia de incoherencias, será según la lógica narcisista, un síntoma de no haber llevado una buena vida.

Sin embargo, la concepción de la subjetividad moderna nos atribuye a todos, lo que somos consideramos humanos, una sentimentalidad moral, es decir, un fondo esencialmente bueno y compasivo. Si esto es una norma previa, ¿cómo explicar los fallos en el desarrollo de una buena vida? Dichos fallos se deben a los obstáculos que la sociedad impone para que el verdadero y auténtico carácter de los sujetos aflore.

Este es un argumento que no por banal ha dejado de estar vigente en nuestros días. La formulación tópica actual argumenta que son los medios de comunicación con su dinámica de bombardeo o la sociedad consumista, que nos impone ciertas formas de actuar o paraliza nuestras tendencias naturales. Los sujetos se ven forzados a resistir a su entorno para que éste no sea un obstáculo para la expansión de su principal virtud humana: su capacidad sentimental. Esta será percibida como una de las principales tragedias a la que se enfrenta el sujeto moderno: querer ayudar a los otros, obedecer a su benevolencia innata y que la sociedad egoísta e interesada se lo impida, más aún, haga residir en él tendencias afectivas contrarias. Esta lucha contra los obstáculos sociales a los que hace / debe hacer frente el héroe compasivo, como la indiferencia interiorizada o el egoísmo estarán constantemente presentes en los discursos de las ONGD.

En síntesis, plenitud, coherencia y cierre definen el carácter y la identidad del sujeto moderno<sup>234</sup>. Un sujeto humano por su capacidad de sentir. Aunque el sujeto se enfrente a múltiples modos de la emoción, esta experiencia es auto-referencial, centrada y cerrada sobre el interior del propio sujeto, atenta al núcleo de su conciencia, donde reside su verdadera esencia humana, de nuevo, la capacidad de sentir y de compadecer.

---

<sup>234</sup> Esta conciencia completa y apriorística es consonante con la palabra patética, de la que hablaba Bajtin, ya que “la palabra patética se muestra totalmente suficiente para sí misma y para su objeto. Pues el hablante, en la palabra patética, está implicado totalmente, sin ningún distanciamiento y sin ninguna reserva. La palabra patética aparece como una palabra directamente intencional” (Bajtin, 1989: 209).

#### 4.4.4 La autenticidad

Los relatos sentimentalistas proponen una narración identitaria caracterizada por un proceso de autenticación<sup>235</sup>. Es decir, en este tipo de narraciones el desarrollo del personaje y, especialmente, de su subjetividad consiste en una serie de acciones a través de las cuales tiene lugar la identificación y adecuación del sujeto con su identidad auténtica. En este sentido, el relato sentimental narcisista construye fundamentalmente un proceso de desvelamiento, basado en la defensa de una identidad apriorística y esencializada, ubicada en el núcleo del carácter de todo sujeto, más que en la idea de la construcción de la identidad conformada en el devenir de la acción<sup>236</sup>. El relato narcisista invita al sujeto a mirarse en el espejo para describir lo que ya está ahí y que nuestro actuar sobre el mundo sólo verá confirmado. El verdadero yo de los sujetos funciona como punto de llegada y también de origen, es el impulso que mueve la acción, la meta que se persigue y la razón de las acciones. La identidad esencializada aglutina las motivaciones y además sirve como punto de valoración moral<sup>237</sup>.

La conciencia sentimental requiere de “verdaderos sentimientos” que se encuentran en el corazón. La revelación de la propia personalidad responde a un intento de autenticarse como actor social mediante la manifestación de las cualidades personales. El interior del sujeto es el parámetro a través del cual su acción será juzgada, lo que impide el empleo de un lenguaje de valoración externo o impersonal. ¿Qué dota de valor a una acción? la motivación, el interés y el deseo que la preside, no sus efectos (Sennet, 2002). Éste será uno de los criterios de valoración también en el ámbito de la solidaridad contemporánea. Este deseo de ser auténtico está relacionado con ciertas formas de puritanismo, inundado de auto-justificación en el que el

<sup>235</sup> El modelo de narración sentimental-narcisista no agota los modos de narración identitaria. La modernidad y la postmodernidad han transformado la unidad del sujeto biográfico, así como los modos discursivos y los modelos socio-afectivos de los que disponemos para dar cuenta de las contradicciones y dimensiones múltiples de la identidad.

<sup>236</sup> Este tipo de relatos, prefigurados, unificadores, podrían ser una buena analogía de la manera en que recibimos o comprendemos las normas, morales, estéticas o sentimentales, como todos coherentes y completos. Son modelos narrativos que indican cómo tratamos de hacer coherente nuestra narración, de reinterpretar los hechos, momentos específicos como parte de un todo que adquiere sentido, porque ya estaba previsto, pese a que cada acto sentimental por separado no pueda ser fingido, ni representado, adscrito a convenciones, sino absolutamente espontáneo, real, sincero.

<sup>237</sup> “Lo que hace que una actuación sea buena (o sea, auténtica) es el carácter de aquellos que se ven comprometidos en ella y no la actuación en sí misma. Cuando una persona se la juzga auténtica, o cuando la sociedad en su totalidad es descrita como promotora de los problemas de la autenticidad humana, el lenguaje revela un modo en el cual la acción social es devaluada en el proceso de establecer una mayor consistencia en los problemas psicológicos. Como una cuestión de sentido común, sabemos que hombres buenos ejecutan malas acciones, pero este lenguaje de autenticidad hace que se torne difícil empelar el sentido común” (Sennet, 2002:37).

juicio moral sobre el ser “auténtico” y “bondadoso” del sujeto se privilegia frente al enjuiciamiento de la acción común y los proyectos. Un proceso que tendrá efectos sobre la concepción del espacio público<sup>238</sup>.

La identidad real del individuo, que deberá aflorar tras la búsqueda de la autenticidad, está compuesta de una serie de momentos fragmentados que se unificarán no sólo gracias a la unidad imaginada del yo, sino mediante la mencionada conciencia sentimental. “Esto significa la conciencia: que cada acto es nuestro y sólo se juzga –toma valor- en cuanto compone nuestra identidad” (Seoane, 2004:167). Lo que en la Ilustración se comprendía como el carácter natural propio del ser humano que todos compartimos, en la modernidad tardía se convierte en personalidad, una personalidad que precisa de auto-construcción sentimental, mediante procedimientos como la introspección.

La conciencia sentimental está configurada como un modelo en el relato de la subjetividad narcisista- y es esta conciencia prefijada la que debe aparecer y primar en la vida del sujeto. Los problemas y obstáculos a los que debe hacer frente dicho sujeto aparecen cuando la realidad le excede y es incapaz de adecuarse a lo definido como apropiado, según el sentido común. Esta inadecuación genera frustración, pero implica también incompreensión, un rasgo que pocas veces se tiene en cuenta.

La experiencia incomprensible, no articulada constituye la experiencia del shock de la que nos hablará Benjamín. Frente a esta experiencia los sujetos precisan de la intervención de los expertos a falta de los instrumentos de apoyo tradicionales, entre ellos, apunta también Benjamin, la narración. Las narraciones expertas, así como las provenientes de las representaciones masivas serán instrumentos imprescindibles para guiarse en la recuperación del verdadero yo, de la esencia humana para adecuar el mundo, excesivo e incomprensible, a patrones pertinentes y adaptados a la conciencia sentimental y moral de los sujetos.

Esta identidad nos impone obligaciones, fundamentalmente, la responsabilidad con respecto a los otros, la responsabilidad de verse afectado por la miseria y la injusticia, de sentir lo que sienten los demás. Nos reconocemos en una identidad de la que nos hacemos responsables. “En cierto sentido, la biografía del personaje es un movimiento atemporal de realización de su

---

<sup>238</sup> Este juicio moral omnipresente remite, al mismo tiempo, al despojamiento moral del que hablan autores como Sennet, Bauman o Giddens, a través del cual los sujetos parecen desconectarse de sus acciones y de su entorno, lo que impide el establecimiento de una acción moralmente responsable. Además, esta desconexión favorecida por el narcisismo, como veremos en las conclusiones, obstaculiza la formulación y valoración de propuestas éticas que rompan con lo normativo, pre-establecido, puesto que el núcleo de referencia siempre es pretendidamente natural y esencializado.



identidad en el que pasado y futuro se reducen a un “todo presente” que unifica-controla la conciencia de tener un nombre” (Seoane, 2004:159).

Lo paradójico es que hoy después de la crisis de la modernidad, de la aparición de las identidades fluidas del relativismo cultural, algunos discursos, como el solidario, recuperen con tanta fuerza esos elementos esencialistas que proponen ser quienes somos, que nos fijan y nos proporcionan relatos fuertes de nuestra identidad y nuestra conciencia afectiva. Por ejemplo, en ese tipo de discursos siguen primando nociones y objetos que presuponen la plenitud o la perfección perdida. Este es el caso de la dignidad cuando se entiende como una esencia o entidad en el interior de los sujetos, que podría llegar a perderse, antes que como un proyecto recíproco siempre en construcción en el espacio de la relación intersubjetiva.

La fijación y la naturalización del carácter nos presenta a un personaje fiable, verídico y estable, un ser de una pieza, auténtico y sincero. Este ideal sigue vigente, quizá aún con más fuerza en un mundo complejo, cada vez más conectado, transnacional, donde reaparece la importancia extrema de la confianza, de lo seguro y estable. Esta necesidad de fiabilidad muchas veces tiene que ver con aquello que consideramos más íntimo: los sentimientos. El sistema de representación pública se transformó en un sistema de representación personal: “una figura pública muestra a otros lo que siente, y es esta representación de su sentimiento lo que produce la confianza” (Sennet, 2002: 67).

Las relaciones de confianza tan importantes en la sociedad actual, por ejemplo como base de los sistemas expertos están basadas en los sentimientos, en el compartir ese sentimiento que está más allá de las consecuencias de una acción y que, en primer lugar, remite a una motivación. Este es el ejemplo que ofrecen y el que se reclama a los solidarios: ya sean cooperantes, voluntarios o famosos qué deben mostrar, actuar su sentimiento en galas, programas especiales, publicidades, etc. Por eso, se considera inaceptable que se juegue con los sentimientos “más nobles” a través de la publicidad. De ahí, que en nuestros días, ciertas posiciones de discurso exijan antes la pureza y la sinceridad del impulso de actuar, que la actuación misma.

#### 4.4.5 La novela sentimental y la explosión de emoción sincera

“El sentimiento cuando aparece en el XVIII lo hace empapado de lágrimas.”  
Seoane, 2003

Las novelas sentimentales serán un vehículo para la conformación y difusión de un estilo afectivo y, fundamentalmente, generan patrones de expresión y manifestación emocional, ante todo, sincera y auténtica<sup>239</sup>. Las características de las novelas sentimentales que aparecen en el siglo XVIII, según Seoane, son las siguientes:

- ⊙ La presencia de géneros de intimidad<sup>240</sup>: cartas, autobiografía, todos aquellos géneros discursivos que posibilitan la inserción de la subjetividad en la narración. Por ejemplo, la incorporación del estilo indirecto libre en la novela (Peñamarín, 1997:154-156). Los géneros que abren este campo son la novela epistolar y el discurso interior. Hoy en la publicidad se produce una traducción de estos géneros, todos se introducen en ese marco publicitario y se reconstruyen, - incluyendo la voz de una conciencia en un anuncio, las lágrimas del que sufre o el sacrificio del virtuoso que nos cuenta y nos confiesa.
- ⊙ Los personajes principales son en estos géneros mujeres que encarnan todos los ideales del sujeto emocional.
- ⊙ Estas obras poseen un tono moralizante<sup>241</sup>, movilizan la palabra patética como ethos. El vocabulario y las imágenes que sirven para la cristalización del sentimentalismo son básicamente corporales, la gestualidad sentimental juega un papel básico: gestos, llantos, sollozos, muecas que hoy hemos incorporado a nuestro repertorio.

Para Bajtin (1989), este tipo de novela constituye un cronotopo específico, caracterizado por el empleo de la palabra patética. Dice el autor, “en la novela sentimental-psicológica la palabra patética es otra: se convierte en íntimo-patética y perdiendo las amplias proporciones políticas e históricas propias de la novela barroca, se une al didactismo moral corriente, que satisface la esfera restringida de la vida personal y familiar (...) El didactismo de esta patética sentimental se convierte en algo concreto, que penetra profundamente en los destalles de la vida de cada

<sup>239</sup> Cuando la expresión es sincera: “uno dice exactamente lo que siente y siente lo que dice”; mientras que cuando la expresión es auténtica: “uno desea lo que experimenta y experimenta lo que desea” (Luzt, 2001:304)

<sup>240</sup> Las novelas son íntimas, no sólo por los géneros y las tramas sino por la propia práctica de lectura y el re-contar las historias de uno a otro (lector oyente).

<sup>241</sup> Un buen ejemplo es Rousseau en *La nueva Eloísa* donde nos indica lo que debemos sentir si queremos ser humanos.

día, en las relaciones íntimas de la gente, y en la vida interior del individuo (...) Se crea la zona espacial-temporal específica del patetismo sentimental de cámara” (Bajtin, 1989: 211).

Según lo planteado por Bajtin podemos afirmar que la psicologización va acompañada de una restricción y particularización del ámbito temporal y espacial en el que se describen las acciones en estas novelas. Dado que la trama más importante en ellas será mostrar el sustrato de la universalidad humana y la existencia de una conciencia y un carácter auténtico – moralmente recto y afectivamente compasivo- que caracteriza y particulariza a todos los sujetos, se escoge el cuerpo como lugar de inscripción, así como los espacios y tiempos de la cotidianidad más cercana y restringida.

Este trabajo discursivo indica la transformación en los patrones expresivos que se estaba produciendo a finales del siglo XVIII. Múltiples textos han dado lugar a que esta estructura de sentimiento –que llamamos sentimentalismo- cristalice, se estabilice y, finalmente, forme parte de las memorias e imaginarios que hoy compartimos.

Si el sentimiento fuera universal también tendría que serlo su expresión, de ahí, la importancia que se otorga a la gestualidad y otros aspectos del lenguaje no verbal. Los sujetos, como los personajes narrativos, anhelan un lenguaje común del sentimiento, capaz de unificar las vivencias particulares y las que cada uno experimenta como parte de la humanidad. Entre todas las herramientas, la gestualidad del rostro y, concretamente, el llanto serán privilegiadas, suponiendo que al llorar nos afectamos, tomamos conciencia de nuestra condición de sujetos y, al mismo tiempo, nos comunicamos en la inmediatez de la transparencia que nos dan las lágrimas.

Si algo califica a la novela sentimental de esa época es su carácter femenino, tanto en los personajes como en la lectura. Esta adscripción de la novela sentimental al universo de lo femenino responde a la posición periférica que ocupaban las mujeres. Al encontrarse en los márgenes de la razón eran los sujetos idóneos para introducir lo natural, lo sentimental que estaba unido a su esencia innata de forma más evidente e inmediata que en el caso de los hombres. Serán ellas las heroínas que padecen, las modelos que hacen presentes “las lágrimas, en las que todos coincidimos y que cualquiera mínimamente humano comprende”, es decir, los rasgos de expresión que manifiestan lo auténticamente humano. Estas lágrimas justifican que la sociedad sea menos un mecanismo (suma de contratos autónomos) que un sistema de relaciones basadas en la simpatía social” (Seoane, 2004:115). La presencia del universo femenino es también una constante en los discursos solidarios.

La novela sentimental configura una tónica caracterizada por el relato minucioso del sentir de esa conciencia unificadora que condensa la identidad del sujeto. Se relata que la experiencia del sentir lo inunda todo, y como advertía Sennet, con el tiempo ésta deja pocos espacios abiertos a lo impersonal y lo estructural, lo que incidirá en una paulatina desaparición de la vida pública, mientras los individuos –como los personajes de las novelas- se “atrofian” en su vida personal. La psicología, lo íntimo, la búsqueda de un yo profundo y auténtico que compartir con los otros, invaden el espacio de la res pública tradicional, porque no se tratará sólo de un ejercicio de introspección, sino que éste irá acompañado del ejercicio de sinceridad y auto-confirmación por excelencia, la confesión y revelación de todo ello a los sujetos que conforman el nosotros.

Este ideal de autenticidad y honestidad desplegado, revelado o confesado, es una forma de probar la relación con los demás, “un modelo particular de intercambio en el mercado de las relaciones íntimas” (Sennet, 2002:30) que deja poco espacio para la estructura y las relaciones impersonales. El esquema de las relaciones se concibe como un espacio de intimidad caracterizado por el trueque de auto-revelaciones, que deben demostrarse sinceras.

El sentimiento auténtico desborda la intimidad y emerge al espacio público, se comunica con los otros mediante lo corporal, el gesto, los fluidos, las lágrimas, en resumen, el exceso. La norma expresiva prevé que para demostrar la autenticidad y sinceridad de una emoción, su manifestación debe ser involuntaria. El resultado fue, según Sennet, que la línea entre el sentimiento privado y su exhibición pública pudo ser borrada más allá del poder voluntario por regularla -el descontrol, la lágrima, la mueca, el tono, el ritmo, todo lo relacionado con la expresividad del dolor ha pervivido hasta hoy y ha encontrado un espléndido territorio en las fórmulas de la tele-realidad.

Este ideal del sacrificio, del dolor experimentado en el ejercicio de la compasión y la benevolencia está también presente en el discurso sobre la solidaridad, el voluntariado y la actividad cooperante. Si el mundo es injusto y los sujetos se ven obligados a ser responsables de los propios actos y actuar en conciencia buscando ser sinceros con ellos mismos, vivir en la autenticidad, desplegar la virtud no dará la felicidad. Entonces, ¿qué premio consiguen todos aquellos que están inmersos en el mundo sentimental? La dignidad.

No continuaremos ahondando en estas cuestiones, sólo apuntar que existe una larga tradición de crítica al sentimentalismo y a este modelo narcisista, quizá la más reconocida es la que hunde sus raíces en Nietzsche. Sin embargo, quizá haya ciertos aspectos rescatables, por ejemplo, hay un camino que va desde el corazón al mundo exterior, de la experiencia de la

injusticia y el dolor, de la búsqueda de la compasión y la benevolencia internas hasta la lucha por el cambio de las condiciones adversas. Esta es la potencialidad que queda residualmente en el sentimentalismo y en el estilo emotivo, y que no podrá ser desdeñada como palanca de cambio social, aunque en esta tesis nos ocuparemos, sobre todo, de las limitaciones que ha procurado este modelo al ejercicio de la ciudadanía en el espacio público.

## 4.5 Las mediaciones narcisistas

La expresión sentimental permite la comunicación y el juicio de los otros y de uno mismo y, como explicó Smith, gracias a ella es posible la objetivización y la emergencia de una instancia imparcial, pero no de cualquier forma. En la cultura íntima, que se instaura con el narcisismo, el sujeto puede trascender en la comunidad pero lo hace a través de su experiencia sentimental, lo que dota al espacio público y a la comunicación entre los extraños que lo habitan de características peculiares. La comunidad, como el yo, existe gracias a un acto de auto-descubrimiento, en el que los seres se comprometen con las historias vitales personales y las emociones particulares. Nuestra imaginación ha construido para nosotros una sociedad íntima, basada en el calor y en el sentimiento.

En el marco de toda relación narcisista, en primer lugar, se procura medir el grado de autenticidad y sinceridad, tanto de los interlocutores como de la relación en sí. Interactuar con los otros implica el deseo de conocerlos, de reconocer sus verdaderas motivaciones e intereses, pero habrá que tener en cuenta que al otro siempre se le aplica el espejo del propio interés. Esta situación culmina, en la descripción de Sennet, en procesos paralizantes en los que las personas quedan enredadas debido a la saturación auto-referencial. “El narcisismo y el trueque de auto-revelaciones estructuran las condiciones bajo las cuales la expresión de sentimiento en circunstancias íntimas se vuelve destructiva” (Sennet, 2002:35).

La comunión sentimental propone un modelo supuestamente no mediado, sino inmediato – profundo y esencial-, cuyo paradigma es el espacio íntimo, mientras que el espacio público será concebido como el de la mediación, de lo narrativo, lo comunitario, lo construido y, en cierto grado, impersonal. La tensión que se establece entre ambos polos, en el sentimentalismo se decanta por la primacía de lo íntimo, lo que indica la creencia en una intimidad global compartida por encima de posicionamientos sociales y políticos, como la reivindicada por Rousseau. Y no sólo se tratará de defender esta inmediatez en lo íntimo sino

que ésta misma se concebirá como una herramienta capaz de vencer cualquier obstáculo en contra.

En la línea de David Riesman, Sennet considera que la confusión entre público y privado ha provocado que la gente resuelva en términos sentimentales y psicológicos lo que, según sostiene, sólo puede abordarse correctamente a través de códigos impersonales<sup>242</sup>.

En la cultura íntima, los individuos se ven aquejados de ansiedad con respecto a lo que sienten, producto de la búsqueda continua de su personalidad, que genera una obsesión acerca de lo que una persona, objeto o proceso significan para el yo, qué siente uno con respecto a ello. Y esta absorción de todo por parte del yo provoca una insatisfacción continua porque nunca se realizan perfectamente las expectativas, nunca se llega a saber plenamente qué significa y qué se siente. En esto consiste la doble faceta destructiva del narcisismo “una absorción voraz en las necesidades del yo y un obstáculo para su satisfacción” (Sennet, 2002:31). El narcisismo provoca un proceso de inversión, la persona se lamenta de no sentir lo suficiente, se autoinculpa, pero a la vez tiene la sensación de que es el mundo el que falla. La segunda fuerza destructiva es la búsqueda imposible de la identidad compuesta únicamente por elementos internos.

El sentimiento narcisista nos conduce a pensamientos acerca de sí somos lo suficientemente buenos y competentes. Y “cuando una sociedad moviliza estos sentimientos, cuando reduce el carácter objetivo de la acción y aumenta la importancia de los estados sentimentales subjetivos de los actores, estos problemas de autojustificación accederán a un primer plano a través de un “acto simbólico” “(Sennet, 2002: 38). El juicio moral se complica tanto que el individuo queda como atrapado, dirá Seoane, no puede mirar más allá del inmenso relato en que el juicio moral le sumerge. Al final no existe más que la composición del propio relato, del propio individuo y la autoexigencia que le enclaustra.

Esta estructura de sentimientos afecta a la pérdida del espacio público, porque los sujetos pierden su máscara política y las herramientas para construir el territorio impersonal en el que participar, ya no como personas desnudas, esencialmente iguales, sino como sujetos políticos. Además, la perturbación e inquietud crece porque se elimina o reduce el sentido de encuentro social significativo fuera de los límites del yo singular. Esta configuración del espacio público

---

<sup>242</sup> Al tomar en consideración esta circunstancia como un aspecto negativo, no defendemos una nueva separación entre lo público y lo privado, ni la ausencia de sentimientos y pasiones en el espacio cívico y político, sino otro tipo de relaciones que no primen lo narcisista, lo psicológico negando y atrofiando un espacio en el que, además del yo, intervienen otros niveles sistémicos, estructurales o la mediación de las instituciones.

como una instancia de la inmediatez trae consigo otra caracterización que recogerá posteriormente el análisis de la biopolítica y es que los sujetos, en el narcisismo, están sometidos a un proceso de visibilidad total que, paradójicamente, produce aislamiento<sup>243</sup>. El aislamiento en medio de la visibilidad pública y el énfasis en la transacción psicológica se complementan. El efecto es un rechazo generalizado de las máscaras<sup>244</sup> de la sociabilidad, como potencialmente hipócritas, a favor de una supuesta autenticidad y capacidad de revelación sincera. En definitiva, lo que el patrón de relaciones narcisistas impide es el compromiso entre extraños en proyectos colectivos, ya que, como hemos visto, se produce un repliegue paulatino desde el espacio público a otras áreas de acción restringidas privadas en las que desplegar la sentimentalidad. Esta actividad de repliegue tendrá su correlato en los discursos actuales no sólo gracias a la individualización promovida por la publicidad, sino también por las lógicas de competencia entre ONGD y el trabajo que éstas realizan para consolidar una marca y un espacio de pertenencia restringido.

## **4.6 El sistema experto ONGD: mediación, experiencia, saber hacer y testimonio**

### **4.6.1 De las instituciones caritativas religiosas y los nuevos movimientos sociales a las ONG como modelo de acción social**

Comenzaremos este apartado con una revisión de los modelos de acción social y la inserción de las ONG en ellos en España. El contexto reciente de la acción colectiva en España presenta una serie de características particulares que lo diferencian con respecto al resto de los países prósperos de Europa. España es un país de modernización tardía y es a mediados de la década de los años setenta del siglo XX cuando deja de ser considerado un país en desarrollo y se convierte en un donante potencial.

<sup>243</sup> Sennet explica esta relación entre visibilidad y aislamiento: “Los seres humanos necesitan mantener cierta distancia con respecto a la observación íntima de los demás a fin de sentirse sociables. Si se incrementa el contacto íntimo, se disminuye la sociabilidad. He aquí la lógica de una forma de eficiencia burocrática” (Sennet, 2002: 45).

<sup>244</sup> Sennet se pregunta si el desprecio de las máscaras y del ritual de sociabilidad no nos ha vuelto culturalmente más primitivos (Sennet, 2002: 46), una conclusión que también expresa Hanna Arendt en su crítica al modelo de derechos humanos que instaura la revolución francesa.

El impulso económico fruto del modelo desarrollista que impulsó el franquismo no sólo implica un cambio económico y un aumento del poder adquisitivo sino una alteración profunda de la estructura social y las bases ideológicas en el país. La modernización coincide con el desarrollo incipiente del Estado del Bienestar, que durante décadas quedará caracterizado por su debilidad<sup>245</sup>.

La expansión económica estuvo acompañada por “una serie de dispositivos institucionales, dirigidos por los grupos dominantes que perseguían el acoplamiento ordenado de las masas urbanas al nuevo orden” (Colectivo IOE, 1995:20). Unas masas urbanas recién inmigradas que permitieron afianzar la actual clase media. “La extensión de la escolarización, el diseño y control del nuevo hábitat (urbanismo y equipamientos de los barrios obreros), la planificación empresarial de las “necesidades” de la población (desarrollo del consumo y el marketing) constituyeron, entre otros, elementos de un nuevo modelo de regulación social, fuertemente centralizado por el estado autoritario, que pretendían conformar los deseos y canalizar las expectativas sociales” (Colectivo IOE, 1995:20). España fragua así un modelo de Estado y sociedad civil con el que poder participar del contexto de las nuevas sociedades de control contemporáneas<sup>246</sup> (Deleuze,1991), pero aún ubicada a medio camino entre las naciones ricas y avanzadas del mundo y el grupo de las naciones con un índice considerable de pobreza.

El nuevo ciclo iniciado por el régimen político democrático trae consigo un nuevo modelo de movilización y participación de la sociedad civil y una reconfiguración del modelo socio-económico imperante. La democracia permite la actuación de asociaciones sindicales, empresariales, profesionales y políticas que serán el germen de la actividad de los nuevos movimientos sociales en España. Según Colectivo IOE, este impulso y dinamización de las

---

<sup>245</sup> Según el Colectivo IOE, las bases de este precario estado del bienestar provienen del periodo comprendido entre 1964 y 1975, previo a la democratización institucional. Un periodo que coincide, como hemos visto, con la creación de las primeras ONG modernas, aunque en número reducido y vinculadas a la Iglesia católica. Las prestaciones propias de un estado del bienestar fuerte no llegaron a estabilizarse y extenderse al grueso de la población hasta las décadas siguientes.

<sup>246</sup> Parte de nuestro interés en esta tesis es mostrar a través de los análisis cómo se produce la tensión entre el modelo disciplinario compasivo de herencia ilustrada y su transformación en el contexto de las denominadas sociedades de control. Mientras que en marco de las instituciones y sociedades disciplinarias los individuos son sujetos observados, nunca sujetos de la comunicación; en las sociedades de control opera una lógica comunicacional en la que todos los sujetos se convierten en potenciales comunicadores de deseos, valores, emociones. La dinámica del marketing “controla” este tipo de participación al “interpretar” estos deseos, valores, etc. y convertirlos en propuestas de consumo (Peñamarín, 1989b). En el capítulo VI daremos cuenta de cómo ciertas lógicas del panoptismo propio de las instituciones disciplinarias han sido traducidas al espacio del marketing en la solidaridad contemporánea.



organizaciones sociales fruto de la democratización responde a una dinámica neocorporativa<sup>247</sup>.

En la década de los ochenta, los esfuerzos estaban concentrados en la consolidación democrática que sentó las bases de un modelo de participación social, que resultó adecuado a las formas de acción basadas en el modelo ONG. La evolución de las culturas políticas desde la transición a nuestros días ha estado marcada por una profunda y rápida institucionalización y profesionalización del campo político y sindical, acompañada de una paulatina desmovilización. El periodo de la transición pareció consumir las energías de un movimiento cívico que, sobre todo, estuvo centrado en el movimiento vecinal y sindical, mientras que la cuestión del desarrollo, la cooperación y el medio ambiente aún estaban lejos de las preocupaciones colectivas. La idiosincrasia del proceso de transición democrática español puede explicar, entre otros factores, la debilidad del tejido asociativo orientado a la solidaridad internacional. La cultura política en España siempre se ha caracterizado por niveles muy bajos de participación y un tejido asociativo bastante endeble, rasgo que también atañe al campo de las ONGD.

Las ONG conviven y también compiten con otros modelos, de implantación tardía en este país, como los nuevos movimientos sociales (ecologismo pacifismo, feminismo, etc.). El auge de las ONG y de su modelo de intervención pública se adapta muy bien a esta herencia neocorporativa, que se produce en un contexto de movilización precario. Además su fortalecimiento coincide con la decadencia de instituciones tradicionales<sup>248</sup>.

Con el paso de los años el modelo hegemónico de acción colectiva pasó de ser el de las redes ciudadanas y los movimientos sociales a ser el de las ONG. Propusimos que las ONGD actúan como patrón, modelo y marca de categorización del fenómeno global del Tercer Sector<sup>249</sup>. El modelo ONG se ha constituido como *la* forma de movimiento que ha englobado por un tiempo a muchas de las demás vías de acción colectiva. En torno a estas instituciones se ha generado

<sup>247</sup> Dicha dinámica se organiza “en torno a un Estado fuerte, que ha reforzado el peso e influencia social de un conjunto de élites corporativas (empresariales, partidarias, sindicales, etc.) en detrimento de los mecanismos democráticos y de participación directa de la base social. Como consecuencia, la institucionalización de la democracia política en España ha venido acompañada de la desmovilización popular” (Colectivo IOE, 1995:22).

<sup>248</sup> “Cuando las grandes organizaciones que mantuvieron y dieron cauce a la movilización social – partidos y sindicatos- se batan entre la decadencia y el descrédito, anunciar el nacimiento de una nueva instancia salvadora puede sonar a sermón de Epifanía, tan acorde con la religiosidad ambiental, esotérica, formal e intimista” que acompaña la llegada del 2000 (González Parada, 1995:34).

<sup>249</sup> También deben reconocerse como un colectivo plural porque que no dejan de ser, pese a su denominación uniforme, un conjunto heterogéneo en el que conviven una serie diversificada de entidades sociales, instituciones que cobran cuerpo y contorno en el marco de una formación discursiva.

un modelo que podía ser aplicado indistintamente a casi todos los ámbitos de intervención social<sup>250</sup>, útil para otras entidades que han imitado alguna de sus características identitarias. Para autores como Revilla Blanco (2002) las ONGD no conformarían un único modelo, ya que en el espacio que éstas definen estarían articulados dos modelos complementarios: las ONG como movimientos sociales y como grupos de interés. El primero hace hincapié en la potencialidad de éstas para introducir el cambio social, la participación y la incorporación de valores al sistema político y de autonomía del desarrollo de la ciudadanía; mientras que el segundo apunta hacia su capacidad de representación de nuevos intereses y demandas en la esfera política, así como a su labor de gestión en el espacio público (Revilla Blanco, 2002:17-18)<sup>251</sup>.

En muy pocos años la categoría ONG funciona a la perfección como patrón para entidades tan diferentes como una asociación de barrio, un club deportivo, una fundación dependiente de una multinacional, la Iglesia o el Ejército. Del mismo modo, el modelo de voluntario y cooperante ha ganado todo el espacio frente a otros posibles modos de participación como los militantes o simpatizantes. El modelo de acción colectiva ha logrado extenderse mucho más allá de las realidades sociales que aplicando la definición estricta pueden comprenderse como ONG y mucho menos como ONGD.

“Este grupo de movimientos por la solidaridad han conseguido tal grado de expansión y reconocimiento social que la opinión pública tiende a confundirlos con la totalidad de los movimientos sociales. En otros términos, desde la perspectiva del discurso social dominante (...), de los marcos centrales de interpretación y otorgamiento de sentido realmente existentes...estos movimientos solidarios son los verdaderos movimientos sociales. La opinión pública les confiere el papel de expresar la “auténtica” sociedad, aquella que no ha claudicado ante la cultura de la irresponsabilidad, la atomización y la soledad generada por los excesos y los efectos perversos del Estado del Bienestar” (Ibarra y Tejerina, 1998:10). Los valores

---

<sup>250</sup> Quizá el análisis de la formación discursiva que nos ocupa y, sobre manera, algunos de sus elementos básicos pueda aportar luz a los motivos de su éxito. No obstante, este asunto queda alejado de nuestro objeto de estudio; habría que realizar un estudio más amplio que incluyera, entre otras, las dinámicas organizativas y las relaciones con otras instituciones (políticas, económicas, culturales...) para poder explicar los motivos del desplazamiento y la especialización que han experimentado los modelos de acción colectiva en España.

<sup>251</sup> Este doble modelo es paradójico y además desigual ya que: “mientras que en los discursos políticos se analizan las potencialidades de las ONG como movimientos sociales, su acción real se encuentra delimitada en los márgenes de acción de los grupos de interés”. Es más, “la institucionalización de las ONG podría significar el abandono de su lógica participativa y su demanda de cambio social (de haberlas), para adaptarse a los criterios de representatividad que requiere el sistema político para reconocer a los grupos de interés” (Revilla Blanco, 2002:18) Este planteamiento avala nuestra hipótesis de que, actualmente, prima el modelo de sistema experto antes que el de movimiento social.

positivos asociados a las ONG que han ido paulatinamente ubicándose en el terreno de lo incuestionable están asociados a la atribución de valores negativos<sup>252</sup> a otros actores tradicionales a quienes se acusa, por ejemplo, de ineficacia, distanciamiento de la ciudadanía y paroxismo burocrático en el caso del Estado<sup>253</sup>. También los sindicatos y los partidos políticos afrontaron durante estos años una dura crisis de representatividad de la que no se han recuperado.

Uno de los elementos paradigmáticos de este proceso ha sido la fundación de ONG por parte de otro tipo de agentes sociales (partidos políticos, órdenes religiosas, sindicatos, empresas, etc.). Mediante esta estrategia trataban de atajar la crisis de legitimidad a la que se habían visto abocados los agentes sociales tradicionales. Mediante la creación de organizaciones “satélites” trataban de adaptarse a nuevas pautas, que conciernen no sólo a los esquemas organizativos, a los objetos de intervención, al tipo de proyectos y a la metodología de diseño, desarrollo y evaluación de los mismos, sino –y lo que es quizá más importante–, a las relaciones de confianza con los ciudadanos y a los posicionamientos discursivos, ideológicos y axiológicos de legitimación.

En resumen, las ONG han liderado la movilización social gracias sobre todo a su adaptación a un contexto de institucionalización creciente. En este sentido, concordamos con las perspectivas que sostienen que eso facilita a las ONG cumplir con un rol eficaz en el marco del neoliberalismo político y económico. La representación de estas organizaciones, en los imaginarios hegemónicos del espacio público, como alternativas de la organización tradicional del Estado del Bienestar y de las formas de participación y compromiso político que defienden la militancia en lugar del voluntariado<sup>254</sup> en el seno de los nuevos movimientos sociales, les permite ganar confianza y peso específico con rapidez. Por otro lado, su estructura institucionalizada también les ayuda a adaptarse sin demasiados inconvenientes a los

<sup>252</sup> La revisión de la definición del espacio de las ONG desde sus características negativas: no gubernamental y no lucrativa puede consultarse en Revilla Blanco (2002, 19-22).

<sup>253</sup> Un ejemplo de estas opiniones lo encontramos en Manuel Castells: "Además la creciente incapacidad de los estados para tratar los problemas globales que tienen repercusión en la opinión pública (desde el destino de las ballenas hasta la tortura de los disidentes en todo el mundo) lleva a que las sociedades civiles tomen en sus manos cada vez más las responsabilidades de la ciudadanía global. De este modo, Amnistía Internacional, Greenpeace Médicos sin Fronteras, Oxfam y tantas otras organizaciones se han convertido en una importante fuerza en el ámbito internacional en la década de los noventa, atrayendo con frecuencia más fondos, actuando con mayor eficacia y recibiendo mayor legitimidad que los esfuerzos internacionales patrocinados por los gobiernos. La privatización del humanitarismo global hace cada vez más débil uno de los últimos razonamientos sobre la necesidad del estado-nación" (Castells, 1999:297)

<sup>254</sup> Se puede encontrar una crítica interesante de este cambio de paradigma en el trabajo con perspectiva antropológica de Ana María Rivas, *Voluntariado, sociedad civil y militancia* (2002)

mecanismos novedosos de financiación y, sobre todo, al nuevo entramado de intervención social globalizada, también coherente con las dinámicas mediáticas imperantes.

La revisión anterior nos impide aceptar la idea de que las ONGD puedan definirse como un movimiento social<sup>255</sup>, entre otras razones, porque prima en ellas un uso instrumental y estratégico de la solidaridad.<sup>256</sup> Hacemos esta afirmación en el sentido que proponíamos más arriba, al hablar de los espacios rituales que proporciona la solidaridad y cómo éstos actúan como una inversión ritual aceptada del orden social, armonizándolo y participando, finalmente, en el refuerzo de la norma imperante consensuada. Un planteamiento que dista de los objetivos que persiguen los movimientos sociales, según las definiciones en el campo de estudios sociológicos. Defendiendo cierta ambivalencia Revilla Blanco (2002:24) escribe: “los movimientos sociales reivindican la producción de determinados bienes públicos universales (niveles de calidad de vida, un medio ambiente sano, o el respeto a las minorías), pero no reclaman para sí la gestión de esos bienes públicos. (...) Las ONGD producen bienes públicos de ambos tipos pero, sobre todo, reclaman la gestión de los bienes que producen, incluyendo la financiación para su producción”. Para nosotros, las ONG tienen más en común con los grupos de presión e interés (lobbys), en coherencia con el marco neocorporativo al que nos hemos referido<sup>257</sup>. Según Melucci, los lobbys son grupos de individuos y colectivos que buscan un cambio o beneficio dentro del sistema social, de acuerdo con las normas que rigen en él.

Mientras los movimientos sociales optan por redes informales, incluso desde posiciones explícitamente anti-institucionales<sup>258</sup>; las ONGD son por definición instituciones formales, ya sean asociaciones o fundaciones, que se han dotado además de una serie de leyes y organismos adicionales de regulación y coordinación, en estrecha relación con el aparato

---

<sup>255</sup> Una perspectiva contraria a la nuestra se puede leer en trabajos como el de Ángel Calle Collado (2000) con el título *Ciudadanía y Solidaridad. Las ONG de Solidaridad Internacional como Movimiento Social*. Para este autor, las ONGD construyen un movimiento social, concepto que define como “una red informal de individuos y/o grupos organizados que mantienen un apoyo explícito y contenido por una determinada configuración de los sistemas de regulación del poder (excluyendo el control absoluto del mismo), de distribución de recursos o de relaciones vitales (Calle, 2000:13).

<sup>256</sup> Para las ONGD “la característica más visible, y a la vez, común de todos ellos radica en que la solidaridad no es solamente la forma o el medio de acción colectiva sino que supone, sobre todo, el objeto de su movilización. En efecto, estos movimientos actúan en beneficio de otros grupos, colectivos o individuos” (Ibarra y Tejerina, 1998:10). Para profundizar en esta cuestión ver Revilla Blanco (2002:51-54).

<sup>257</sup> Muchas organizaciones han incorporado con el paso de los años, como área de trabajo específica, las acciones de incidencia política, actividades que provienen directamente del modelo de los lobbys o grupos de presión.

<sup>258</sup> Si bien, desde su nacimiento, en un sentido laxo: “un movimiento social es una institución en la medida que está constituido por un conjunto de normas preestablecidas, provenientes de la sedimentación de una memoria y práctica histórica, y que formal o informalmente constituye una guía para la acción” (Ibarra y Tejerina, 1998:12).

estatal e internacional de cooperación<sup>259</sup>. “La diferencia fundamental entre el caso de los NMS (Nuevos Movimientos Sociales) de entonces y el de las ONG de ahora es que la acción de aquéllos sí que estaba sustentada en una capacidad de movilización social surgida de abajo arriba, que sorprendió y transformó los sistemas políticos mientras que en el caso de las ONG no existe esa capacidad de movilización y el impulso ha venido dado desde la cúspide del sistema político, no desde una base social comprometida con los intereses que promueven” (Revilla Blanco, 2002:27). La actividad de las ONG “no requiere el enfrentamiento con el poder establecido, no genera conflicto en los límites del sistema, sino que gozan del beneplácito del Estado que favorece su constitución y facilita su integración” (Revilla Blanco, 2002:36).

Frente a los movimientos sociales tradicionales las ONG aportan una estructura definida, conocimiento experto y estabilidad, es decir, organización funcional y gestión. Estas organizaciones están diseñadas para ensanchar su participación en el marco de las estructuras propias de las organizaciones internacionales y estatales, manteniendo, al mismo tiempo, su posicionamiento como expresión por excelencia de la sociedad civil globalizada.

Si hay una diferencia fundamental que distancia a los movimientos sociales y las ONG es su relación con el orden social. El movimiento social tiene como meta la ruptura, en algún modo, del orden social imperante, y esta no es una característica que se pueda predicar de las instituciones que participan de la formación discursiva de la solidaridad, a la luz de nuestro análisis, al menos, no como un rasgo definitorio. Por el contrario, las ONGD son instituciones consustanciales al sistema de consumo, la economía neoliberal y la social-democrática. Aunque no podemos dejar de lado el papel que las ONG han tenido a la hora de introducir ciertos asuntos, miradas y valores en el espacio público de discusión, como es la cooperación, la ayuda humanitaria, el desarrollo sostenible o la lucha transnacional en defensa de los derechos humanos.

En un sentido amplio, para Giddens, “los movimientos sociales –como formas de compromiso radical portadoras de una influencia penetrante en la vida social moderna- proporcionan pautas significativas para potenciales transformaciones futuras” (Giddens, 2000:148), permiten vislumbrar futuros posibles y, en parte, son vehículos para su realización al promover la imaginación utópica. Una de las preguntas que guía esta tesis es si las ONG están

<sup>259</sup> “La expansión y el auge de las ONG en España se explica por dos motivos coincidentes y muy relevantes, como son la creación de sistemas de financiación públicos para las ONG y la utilización de estas organizaciones como instrumentos privilegiados de los principales actores públicos, como partidos políticos, sindicatos, centros universitarios (Gómez Gil, 2005:34).

contribuyendo o no a esta tarea, es decir, si son capaces de insertar nuevos códigos culturales en contraposición o en diálogo con los valores hegemónicos.

Nuestro análisis apunta a que mientras los movimientos sociales se articulan en torno a la idea de justicia, el compromiso político del ciudadano y la crítica a los valores hegemónicos, las ONG articulan un discurso que tiene como eje la solidaridad. La solidaridad interpretada como un nuevo macro-valor que entronca con la tradición del sentimentalismo ilustrado y que está construido a partir de las premisas del modelo de individualización narcisista tardo-moderno, un modelo que convive –no sin contradicciones– con los valores imperantes en la sociedad neoliberal capitalista.

Aunque no analizamos el fenómeno “solidario” como una estrategia política orquestada por el Estado, sí coincidimos con los análisis que apuntan a que este fenómeno permite al gobierno legitimar abiertamente políticas neoliberales. El análisis, ya clásico de James Petras (2000) apuntaba cómo las ONG servían de “coartada” para el mantenimiento de políticas neoliberales y para la privatización y el desmantelamiento del Estado<sup>260</sup>.

Petras denuncia que: “en la forma más fundamental, la ideología de las ONGs de la actividad voluntaria privada mina el sentido público, la idea de que el gobierno tiene una obligación de velar por sus ciudadanos y proporcionarles vida, libertad y búsqueda de la felicidad: que la responsabilidad política del Estado es esencial para el bienestar de los ciudadanos. Contra ese concepto de responsabilidad pública las ONGs promueven la idea neoliberal de la responsabilidad privada de los problemas sociales y la importancia de los recursos privados para resolver esos problemas” (Petras, 1999).<sup>261</sup>

---

<sup>260</sup> En la misma línea está la crítica de Gómez Gil, para quien: “Las ONG están generando nuevos patrones de intervención social. A su alrededor han edificado una construcción ideológica tan frágil como acrílica, convirtiéndose así en agentes privilegiados de las mutaciones producidas por la globalización, al haber adquirido una autoridad, una capacidad y unas competencias absolutamente fundamentales en las sociedades contemporáneas. Pero por otra parte, también están generando tensiones y espacios contradictorios de actuación decisivos en los Estados la economía y a sociedad civil” (Gómez Gil, 2005:12).

<sup>261</sup> El diagnóstico de Petras es demoledor para la imagen idílica que se ha popularizado de las ONG. “Las ONGs hablan de excluidos, de los sin poder, de la pobreza extrema, de la discriminación por sexo o raza, pero no pasan de los síntomas superficiales para abordar el sistema social que produce estas condiciones. Incorporan a los pobres a la economía neoliberal por medio de una acción voluntaria puramente privada, las ONGs crean un mundo político donde la apariencia de solidaridad y acción social disimula una conformidad conservadora con la estructura de poder nacional e internacional. No es coincidencia que conforme las ONGs se han hecho dominantes en ciertas regiones, la acción política independiente de clase ha declinado, y el liberalismo no tiene freno. La línea de fondo es que el crecimiento de las ONGs coincide cada vez más con el financiamiento del neoliberalismo y la profundización de la pobreza en todas partes” (Petras, 1999). Sin embargo, habría que matizar que Petras también reconoce la aportación de ciertas ONG que, en minoría, intentan trabajar de otra

Lo cierto es que las ONG no podrían haberse consolidado sin el apoyo institucional y financiero del Estado. Aún hoy, pese a la diversificación de fuentes financieras, la dependencia de las ayudas nacionales, europeas e internacionales es uno de los obstáculos a los que tienen que hacer frente. Este impulso otorgado desde las instituciones a todos los niveles, no sólo les permitió adquirir solvencia económica, sino que propició su incorporación como actores de pleno derecho en el espacio público. “Crear la ficción de que el Estado y la Sociedad comparten una misma preocupación y responsabilidad en lo tocante a las relaciones Norte-Sur es una jugada de legitimación nada desdeñable, que se consigue con un experto uso de los medios de comunicación y con la acción humanitaria: no hace falta señalar que las ONG son cortejadas como instrumento idóneo para este embaucamiento” (González Parada, 1995:37).

Las ONG, ayudadas por otros organismos institucionalizados, han llevado a cabo un proceso de construcción identitaria que culmina con su reconocimiento como portavoces legítimos<sup>262</sup>, o al menos, autorizados, de un sector de la población, tanto a nivel nacional, como en los distintos foros internacionales que han surgido durante las últimas décadas. Así mismo, será también fundamental su incorporación como fuentes autorizadas en los medios de comunicación.

La legitimación paulatina de las ONG como modelo hegemónico de participación ciudadana, de intermediación y de acción social no responde tan sólo a la coyuntura socio-política en España, sino que por encima de las idiosincrasias nacionales tiene también su origen en las dinámicas del nuevo contexto de internacionalización mundial. Uno de ellos será la visibilización y toma de conciencia acerca de asuntos de importancia transnacional como son: el medio ambiente, las migraciones, las nuevas tecnologías, etc. Todas estas cuestiones hacen referencia a lo que ha sido descrito, a partir de Giddens, como la experiencia del desanclaje. El desanclaje es un tipo de experiencia social, en la que los individuos precisan de complejos sistemas y agentes de intermediación a través de los que organizar, tener acceso y hacer frente a los nuevos vínculos

---

manera, con estrategias alternativas basadas en la política de clase y el antiimperialismo, buscando para ello los intersticios del poder.

<sup>262</sup> Junto con la dependencia financiera de los Estados, la cuestión de la legitimidad ha sido otro de los ejes de discusión a la hora de debatir sobre el papel que juegan las ONG no sólo en las democracias nacional, sino también su lugar como intermediarios de la ciudadanía en los nuevos escenarios globalizados, en ocasiones, en detrimento de otros lugares o agentes de representación. Sobre estas cuestiones se puede profundizar en obras como *Desarrollo, ONG y sociedad civil*(2002), específicamente en los artículos de Alan Whaitte, “Puntualizando sobre la sociedad civil: las ONG, el Estado y la teoría política” o Jenny Pearce, “El desarrollo, las ONG y la sociedad civil: el debate y su futuro” o el trabajo de Marisa Revilla Blanco, “Zona peatonal. Las ONG como mecanismos de participación política” (2002) y de Matie Serrano Oñate, “Las ONGD en la encrucijada: del estado del bienestar a franquicia del Estado” (2002).

y relaciones que exige la experiencia en el marco de una sociedad transnacional de complejidad creciente. En el siguiente apartado, daremos cuenta de cómo las ONGD se adaptan a esta experiencia del desanclaje, desarrollando una labor de mediación experta.

#### 4.6.2 ONGD: sistema de mediación experta

En este apartado nos ocuparemos de cómo las ONGD configuran un modelo de mediación, cómo y en qué terreno se moviliza su identidad en cuanto actores delegados que gestionan, en nombre de la comunidad de sujetos solidarios, recursos y valores de diverso signo: financieros, axiológicos, afectivos, estéticos, etc.; es decir, qué convierte a las ONGD en un tipo de “sistema experto” (tomando este término de Giddens, 2000). La arquitectura enunciativa del discurso de las ONGD es la manifestación de un complejo proceso de mediación que se desarrolla, fundamentalmente, a través de los medios de comunicación masivos y que encuentra en la publicidad social su género discursivo por excelencia, además de constituir ésta el punto de acceso al sistema experto.

Proponemos indagar acerca de la instancia de mediación controlada por el discurso experto de las ONGD, que precipita este proceso de cambio acerca de la percepción, comprensión y modos de acción en torno al sufrimiento a distancia de los otros subalternos, en “lo sentido”, “lo social” y “lo político”. Abordar esta instancia de mediación implica analizar los posicionamientos enunciativos que suceden en las relaciones *yo-nosotros* y *nosotros-ellos*, a partir de las representaciones cronotópicas que hemos repasado en el apartado anterior, en el marco de la experiencia de la solidaridad contemporánea y observar de qué manera regulan en un campo de discursos como éste las relaciones entre individuo y sociedad y entre sociedades o culturas diferentes.

El análisis de la arquitectura enunciativa de las ONGD, como forma de acceso a este espacio de mediación, guarda relación con las conexiones existentes entre dinámicas culturales, movimientos sociales y prácticas de comunicación que se han ido describiendo a lo largo del capítulo. Las dinámicas del contexto cultural que afectan a nuestro objeto de estudio están delimitadas por el fenómeno del *desanclaje* y la cristalización de los sistemas expertos y por los procesos de mercantilización y espectacularización característicos de la cultura masiva. Entre las prácticas de comunicación, que definen el modelo de mediación destaca el empleo de géneros persuasivos como la publicidad social, un género adaptado a las lógicas *mass-mediáticas*. Estas prácticas comunicativas, coherentes con el contexto cultural han sido



fundamentales en la emergencia, organización y consolidación del tipo de actor social conformado por las ONGD.

En el nuevo entorno social mundializado, tecnológico y cultural, para Giddens, la experiencia del desanclaje indica la manera en que los sujetos se desvinculan parcialmente de sus coordenadas espacio-temporales inmediatas. En esta situación, las instancias de mediación y mediatización permiten que los universos de referencia propios se amplíen y emerjan imaginarios y comunidades de pertenencia, hasta el momento, desconocidos. Estas comunidades y vínculos que proporciona el nuevo entorno pueden construirse en relación, ya no a la localidad o el entorno espacialmente próximo, sino a contextos e intervalos espacio-temporales indefinidos y alejados. En estos contextos amplificados por el *desanclaje*, las personas ya no pueden controlar por completo qué actores intervienen en una situación concreta y cómo se organiza una coyuntura particular y, por eso, se ven obligados a depositar la confianza acerca del funcionamiento de dicha coyuntura en capacidades abstractas y en delegados, es decir, en sistemas y saberes expertos<sup>263</sup> (Giddens, 2002:84-98). Como individuos no podemos afrontar de forma abrupta toda la complejidad del mundo actual, no podemos relacionarnos con todas las facetas del mismo de forma exhaustiva y directa; precisamos de la mediación y de las relaciones de confianza que nos permiten interaccionar en un entorno simplificado a todos los niveles: material, cognitivo, moral, político y afectivo. Para que la ampliación de nuestro mundo sea posible, deben extenderse las capacidades de mediación y los sistemas expertos. Y esta es la razón por la que estos sistemas y saberes expertos se consolidan con intermediarios imprescindibles y ubicuos, modificando las relaciones de confianza sobre las que se sostiene el orden social.

La consideración de las ONGD como sistema experto está en consonancia con la hipótesis, defendida en el apartado anterior, que describe a las ONGD como modelo simbólico paradigmático tanto de las organizaciones del Tercer Sector y como del espacio de la Sociedad Civil Global.

Los sistemas expertos se caracterizan por varios aspectos (Cruces et al, 2000):

<sup>263</sup> “Simplemente al sentarme en mi casa, ya estoy implicado en un *sistema experto*, o en una serie de tales sistemas, en los que pongo mi confianza; no siento particular temor en subir las escaleras de la casa, incluso a sabiendas de que, en principio, podría colapsarse la estructura. Sé muy poco sobre los códigos de conocimiento utilizados por el arquitecto y el constructor en el diseño de la casa, no obstante, tengo “fe” en lo que han hecho, Mi “fe” no es tanto en ellos, aunque tengo que confiar en su competencia, sino en la autenticidad del conocimiento experto que han aplicado, algo que normalmente no puedo verificar exhaustivamente por mí mismo” (Giddens, 2002:37)

- ⊗ Son formas modernas de conocimiento<sup>264</sup>. En el caso de las ONGD afectan al ámbito de la cooperación para el desarrollo, principalmente, en el diseño, ejecución, gestión y evaluación de proyectos.
- ⊗ Llevan a cabo una elevada especialización de tareas. El creciente proceso de profesionalización y diversificación de departamentos da muestra de ello; si atendemos tan sólo al área de comunicación encontramos: gabinete de comunicación, comunicación interna (socios), externa (medios e instituciones), marketing, captación y fidelización de socios, campañas de sensibilización, incidencia política, etc.<sup>265</sup>
- ⊗ Manejan tecnologías complejas. Las ONGD incorporan en su trabajo las nuevas tecnologías, por ejemplo, en el ámbito de la comunicación innovan en ciberactivismo y amplían su presencia en las redes sociales, pero además han establecido tecnologías propias, por ejemplo, en la gestión destaca la institucionalización del marco lógico.
- ⊗ Usan los medios de comunicación. La presencia en los medios de este sistema experto ha sido creciente durante los últimos años y la percepción por parte de los públicos de todo el proceso de institucionalización y profesionalización ha promovido la creciente separación entre expertos y profanos.
- ⊗ Establecen intercambios a larga distancia. Por definición las ONGD se posicionan y legitiman en cuanto mediadores entre nosotros y los otros lejanos.

<sup>264</sup> Sería una ardua tarea mencionar el conjunto amplio saberes y prácticas que existen hoy en el campo de las ONGD, el desarrollo, la gestión de voluntariado, etc. Una enumeración rápida de parte de la oferta formativa en este sector da muestra de la diversidad de estos nuevos conocimientos especializados: curso de gestión de ONGD, especialista en cooperación para el desarrollo, master en género y desarrollo, cooperación descentralizada, programas de jóvenes profesionales de la ONU, jóvenes cooperantes como programa en la búsqueda de empleo, especialización en comunicación y marketing para ONG. Así mismo se pueden encontrar elaboraciones disciplinarias en todo el ámbito de la intermediación cultural: trabajo social, estrategias de intervención, resolución de conflictos, cursos sobre planificación y gestión de proyectos. Además hay que tener en cuenta que en las ONGD trabajan profesionales sobre todo de educación superior: trabajadores sociales, economistas, periodistas, psicólogos, médicos, educadores, enfermeras, sociólogos, etc.

<sup>265</sup> Desde el punto de vista organizacional, el cuadro compuesto por estas instituciones está conformado por una división básica entre agentes expertos y profanos, entre los primeros sus representantes (técnicos y expertos), es decir, las propias ONGD y sus miembros (profesionales, becarios y voluntarios) y los usuarios/destinatarios (voluntarios, socios y público en general). Los voluntarios o militantes, es decir, participantes activos en la organización o institución son una figura de frontera, a la vez parte del sistema experto pero también profanos, puesto que el conocimiento que poseen del sistema puede seguir siendo muy imperfecto y su grado de participación no implica un conocimiento y acceso pleno a las “bambalinas”: zonas oscuras y opacas del sistema. Su posición específica depende, de nuevo, del tipo de estructura organizativa, si es de carácter más horizontal y democrático (participación con derecho de decisión), o es más bien una organización más vertical en la que se lleva a cabo una actividad pero no se participa en los órganos de decisión.

- ⊙ Participan de la desterritorialización del espacio. En este sentido, podemos considerar, las categorías Tercer Mundo o Sur como geografías desterritorializadas en el imaginario, puesto que no remiten en primer lugar a espacios físicos sino que están definidas por su cualidad como carentes, lugares de exclusión.
- ⊙ Promueven la universalización del tiempo. La experiencia que ilustra esta característica en términos generales es el intercambio monetario. En el caso de las ONGD esta universalización se produce a través de la traducción del compromiso moral y el vínculo afectivo en dinero, así como mediante la representación de los otros en contextos atemporales. Así mismo, el propio paradigma del desarrollo al aludir a una noción de progreso lineal, universaliza el tiempo porque aplica la comprensión del tiempo hegemónico de producción occidental capitalista al resto del mundo.

La experiencia del *desanclaje* explica, en parte, cómo se ha producido un distanciamiento paulatino entre los saberes expertos y los saberes “profanos” y cómo los primeros han ido adquiriendo un mayor peso productivo en el mercado, sobre todo, en el mercado comunicacional. La distribución de saberes expertos y profanos responde a dos lógicas concurrentes que afectan de manera diferente a las formas de mediación actuales, que describiremos tan sólo como tipos ideales.

La primera es la institucionalización del saber experto, esto es, la consolidación de una serie de conocimientos especializados acerca de una parcela de lo público. Dicha institucionalización sucede cuando el sistema experto, que regula estos saberes, coloniza espacios de experiencia, mediante un proceso restrictivo y homogeneizador, es decir, acaparando parcelas de saber –y por tanto, de poder- que pertenecían al espacio público de otras maneras y las organiza según principios y valores promovidos desde esta instancia de mediación experta.

La segunda lógica que afecta a la mediación es, por el contrario, la de la diseminación y la expansión del saber “profano”. Esta lógica opera explorando y abriendo espacios a través de los cuales es posible activar vínculos y códigos culturales innovadores en el espacio público. Las ONGD participan de ambas lógicas, la de restricción siguiendo los principios de la sociedad pedagogizada y la de diseminación. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, en muchas ocasiones, su estructura institucionalizada y sus modos de intervención y posicionamiento consustanciales y, en gran medida, funcionales al sistema social imperante les acercan más a la lógica restrictiva desde la que colonizan partes del espacio público.

Por otro lado, las ONGD gracias a su saber-hacer experto gestionan en nombre de ciertos sujetos sociales un capital, no sólo económico sino, como dijimos, también simbólico y moral.

La capacidad de las ONGD para sostener una palabra autorizada como agentes expertos reside en el hecho de que "quien las pronuncia no lo hace a título personal, ya que es sólo su "portavoz"; el portavoz autorizado sólo puede actuar por las palabras sobre otros agentes y, a través de su trabajo, sobre las cosas mismas, en la medida en que su palabra concentra el capital simbólico acumulado por el grupo que le ha otorgado ese mandato y de *cuyo poder está investido*" (Bourdieu, 1985: 69). La capacidad performativa del discurso delegado no se limita a que dicho discurso sea comprendido, sino que éste debe ser reconocido como un discurso con poder, en este caso, sancionado como experto y fiable. En este mismo proceso, el enunciador ONGD se dota de identidad como actor delegado, esto es, mediador, según tendremos ocasión de comprobar en sus textos publicitarios.

Las ONGD se definen como actor social ubicándose en una posición enunciativa institucionalizada, la que se consigna en el referente de la solidaridad y el humanitarismo. Su emergencia y expansión ha sido posible gracias al desarrollo y la importancia adquirida precisamente por la dimensión simbólico-expresiva en la mediación del espacio público político<sup>266</sup>. Este es un contexto que las ONGD comparten con los nuevos movimientos sociales y con el sistema de partidos de masas contemporáneo, pero en el que ellas operan de manera diferenciada.

El modelo de *mass*-mediación basado en el uso de géneros persuasivos ha impuesto códigos representacionales (imágenes, relatos, prácticas,...) que afectan no sólo a otros ámbitos de la comunicación de las ONGD, sino que además han servido como modelo a otros actores sociales que intervienen en este campo de discursos (Instituciones públicas, organismos internacionales, empresas, etc.)<sup>267</sup>. Como norma general, las formas de mediación actuales están consustancialmente afectadas por las lógicas mediáticas y en este contexto, los medios masivos funcionan como espacios en los que se condensan, intersectan y catalizan redes de

---

<sup>266</sup> La importancia de esta función simbólico-expresiva se puede comprobar cuando se contrasta su lugar en los discursos sociales con el volumen de recursos económicos que gestionan o la posición como voz legitimada dentro de las estructuras formales de representación de la ciudadanía.

<sup>267</sup> En un sentido más profundo y complejo, Deleuze (1991) considera el marketing como expresión de las nuevas sociedades de control que estarían transformando los sistemas disciplinarios descritos por Foucault y podemos relacionar su pensamiento con la desigualdad estructural que se aborda en el discurso de las ONGD. "El marketing es el instrumento del nuevo control social y forma la nueva raza impúdica de nuestros dueños. El control se ejerce a corto plazo y tiene una rotación rápida, pero también es continuo e ilimitado, mientras que la disciplina era de larga duración, infinita y discontinua. El hombre ya no es el hombre encerrado, sino el hombre endeudado. También es verdad que el capitalismo ha conservado como constante la miseria extrema de las tres cuartas partes de la humanidad, demasiado pobres para endeudarse, demasiado numerosas para encerrarlas; el control no deberá afrontar únicamente la disipación de las fronteras, sino también las explosiones de suburbios y ghettos"(Deleuze, 1991).

poder (Martín Barbero, 2004:225). Los medios son lugares privilegiados para el desarrollo del reconocimiento social y además actúan como nodos en los que acaecen particulares mediaciones de la sensibilidad pública.

Sí, como vimos al hablar del *desanclaje*, nuestra experiencia está fragmentada; los medios funcionan hoy, frente a esta fragmentación, como vectores capaces de ligar los retazos que componen nuestra cotidianeidad, incluso nuestra subjetividad y nuestra socialidad. Tejen los fragmentos que transitan el entramado inagotable (y vertiginoso) de las representaciones. Tejen entre sí los imaginarios que las personas nos reapropiarnos para edificar nuestros entornos compartidos, es decir, el entramado del espacio público e incluso participan de la ritualización de nuestra vida cotidiana.

La mediatización es, por tanto, una dinámica privilegiada en relación a las instancias de mediación actuales y, específicamente, a la que instauran las ONGD como sistema experto. La *mass*-mediación está sometida a su vez a procesos característicos, entre ellos, hemos mencionado, la mercantilización y la espectacularización<sup>268</sup>. La mercantilización se refiere a los modos de intercambio hegemónicos en la sociedad de mercado capitalista y la lógica del espectáculo nos remite a cuestiones sobre la relación ético-estética entre los sujetos y entre éstos y los objetos del mundo en dicha sociedad. En el área de estudios culturales ambas tendencias han sido profusamente estudiadas y se ha analizado cómo se desarrollan ambos procesos: la manera en que lo social queda constituido como mercancía y la manera en que la experiencia es transformada en espectáculo. Sin embargo, en la descripción tradicional de ambos se ha insistido mucho en la alienación y dominación que el sistema ejerce sobre los sujetos; perspectiva que, en nuestra opinión, debería ser matizada a la luz de las reflexiones sobre la capacidad de resistencia de éstos y las dinámicas performativas de las acciones sociales y culturales, tanto individuales como colectivas.

<sup>268</sup> Según explico Debord (1967), “el espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social mediatizada por imágenes. (...) El espectáculo es la afirmación de la apariencia y la afirmación de toda vida humana y, por tanto, social como simple apariencia.” En relación al fenómeno del *desanclaje* apuntamos esta definición: “El espectáculo, como tendencia a hacer ver por diferentes mediaciones especializadas el mundo que ya no es directamente aprehensible, encuentra normalmente en la vista el sentido humano privilegiado (...). Es lo que escapa a la actividad de los hombres, a la reconsideración y la corrección de sus obras. Es lo opuesto al diálogo. Allí donde hay representación independiente, el espectáculo se reconstituye (Debord, 1967).”

### a) La publicidad social como punto de acceso al sistema experto

La publicidad<sup>269</sup> es el punto de acceso al sistema experto ONGD, el lugar en el que los destinatarios, los enunciadores y los necesitados se encuentran y se relacionan en el espacio de la solidaridad.

Un sistema abstracto proporciona seguridad a los sujetos, al permitirles desarrollar relaciones de fiabilidad<sup>270</sup> y confianza en entornos complejos e impersonales; sin embargo, éstos presentan una serie de limitaciones evidentes, la principal, que no pueden aportar reciprocidad ni intimidad a las relaciones de confianza que se establecen. Las personas se ven obligadas a tener fe en unos principios impersonales, y para que éstos funcionen ha de construirse una confianza retórica o figurada (Cruces et al, 2002) y establecerse puntos de acceso al sistema.

Se denomina confianza retórica o figurada a “las estrategias personalizadoras activadas por los sistemas expertos: modos discursivos y expresivos importados desde el ámbito de las relaciones interpersonales al ámbito de las instituciones, capaces de argumentar la expresión “confianza en las instituciones”. (...) La confianza figurada pretende un doble propósito analítico: por un lado, descubrir la apariencia de re-subjetivación desarrollada por las instituciones (el espejismo de la mercadotecnia); y por otro, constatar su eficacia simbólica basada en los usos metafóricos que maquillan finalidades meramente instrumentales<sup>271</sup>” (Cruces et al, 2000).

La fiabilidad que otorgamos a los sistemas expertos responde más a un acto de fe que a un conocimiento detallado de la complejidad de los mismos, se basa en lo que Simmel denomina “conocimiento inductivo débil”. Esta fe que sustenta la fiabilidad se basa en la creencia generalizada de que los sistemas funcionan como tienen que funcionar. Dada la complejidad social y la imposibilidad de una comprobación directa e inmediata por parte de los agentes de las competencias técnicas, la eficacia y los resultados obtenidos por todos los sistemas, éstos

---

<sup>269</sup> Nos referimos a todo tipo de comunicación publicitaria, incluyendo eventos, fiestas, actos reivindicativos, manifestaciones, etc.

<sup>270</sup> “La fiabilidad es una forma de fe en la que la confianza puesta en resultados probables expresa un compromiso con algo, más que una mera comprensión cognitiva” (Giddens, 2002:37)

<sup>271</sup> Las ONGD persiguen una finalidad instrumental, sobre todo si nos referimos a la publicidad, captación de fondos, fidelización de socios y en último término su propia supervivencia como organizaciones y sus posiciones de poder con respecto a otro tipo de organización social alternativa; pero no podemos olvidar que también se atribuyen (y representan) objetivos no instrumentales, por lo que no pueden quedar subsumidos en la misma categoría que una empresa. Las ONGD, como sistema abstracto, pretenden trascender sus propios intereses y llevar a cabo una acción altruista, en cierto sentido constituyen un proyecto ético, no sólo comercial.

despliegan una serie de pruebas de naturaleza impersonal que garantizan su rol de delegados, intermediarios competentes y fiables. Las ONGD deben demostrar con ellas su capacidad para hacer el bien (*doing the good*) y hacerlo bien (*doing well*) (como señala Revilla Blanco, 2002: 59-61)

En el sistema experto ONGD, las pruebas de tipo impersonal de funcionamiento son insuficientes, aunque funcionan en relación a la gestión del capital económico; sin embargo es difícil pensar que pudiese existir algún tipo de prueba capaz de contrastar la competencia de las ONGD en su labor como gestores de capital axiológico, afectivo y político del nosotros ciudadano. Creemos que esta es una de las razones que sostiene el debate sobre la capacidad de representación y legitimación de las ONGD.

La figurativización de las relaciones de confianza persigue la recreación de un espacio propio de las relaciones intersubjetivas. Esta figurativización, por un lado, promueve un reencantamiento de la relación, interpretándola como un espacio dotado de cierta intimidad y, por otro lado, este mismo re-encantamiento es el que permite a las instituciones mantener su racionalidad instrumental, es decir, esta relación íntima figurada persigue fines operativos. Desde nuestro punto de vista, en el caso de las ONGD la labor de elaborar cierta confianza retórica no puede interpretarse sólo como una estrategia instrumental, puesto que la figurativización de estas relaciones, el establecimiento de vínculos entre las organizaciones y sus destinatarios y la potencia imaginativa que de éstos se desprende es fundamental para el hacer performativo de la formación discursiva de la solidaridad.

La relación de fiabilidad y confianza que mantienen el usuario-destinatario y el sistema experto precisa de ciertos *puntos de acceso* que son los puntos de conexión entre las personas profanas o los colectivos y los representantes de estos sistemas. “Son los lugares más vulnerables de los sistemas abstractos, pero también son el cruce sobre el que se mantiene o puede ser construida la fiabilidad” (Giddens: 2002:88). Los puntos de acceso son espacios transformados donde se hacen reconocibles los sistemas expertos, son marcos apropiados para la localización de encuentros, la ubicación espacial de las instituciones, el territorio desde el que éstas se aproximan a los sujetos y en el que éstos llevan a cabo su reanclaje (Cruces et al, 2000). Lo que nos ofrecen los puntos de acceso no son ventanillas o despachos sino una recreación metafórica de los lugares y modos de trabajo de las ONGD, del desarrollo de la acción del sistema experto.

Un punto de acceso es un evento reducido y transitorio, un sitio acotado que se organiza en torno a las dimensiones espacial y temporal como todo encuentro e interacción<sup>272</sup>. Además, el punto de acceso constituye también un conjunto de dispositivos de traducción o mediación en los que el conocimiento experto se transforma en otra serie de valores, afectos, relaciones etc. Por ejemplo, en el caso del sistema experto solidario el saber-hacer de las ONGD en el punto de acceso puede ser traducido en términos de intimidad, de movimiento social y también adoptar la forma de intervención ciudadana o de transacción comercial.

En este trabajo empleamos una concepción amplia de la idea de punto de acceso que nos permite considerar el espacio mediático como uno de éstos, dado que a través de los productos mediáticos se establece un espacio de mediación donde tiene lugar un encuentro comunicativo con una clara dimensión estratégica entre organización y destinatarios, o profanos y expertos. En ellos, se despliegan estrategias de re-personalización, proponiendo modelos de interacción. En nuestro caso de estudio, a través de la publicidad, el sistema experto solidario construye la relación de fiabilidad, apelando a su conocimiento, profesionalidad, competencia y a su legitimidad. Además, estos puntos de acceso pueden interpretarse como pantallas, interfaces que renuevan el posicionamiento de los destinatarios profanos como espectadores, una posición a partir de la cual se articulan otras formas posibles de participación en el sistema: intervenir como sujeto solidario, como consumidor, actor, etc. Los puntos de acceso actúan como un escaparate o pantalla institucional donde se sitúan los agentes responsables -la “cara” visible de las instituciones- (Cruces et al, 2000), ofreciendo una imagen que siempre procurará ser atractiva, cercana, seductora y amable, siguiendo las reglas de los géneros mediáticos movilizados y de la lógica de mercado. La figurativización del sistema experto adopta estrategias diversas, también delimitadas por el tipo de formato y medio, por ejemplo, es más probable que en los medios informativos la representación del sistema esté a cargo de personas del aparato institucional de la organización: presidentes, consejeros, jefes de prensa, etc. Mientras que en otros medios, como el publicitario o en formatos como las galas y el telemaratón, la figurativización recurra a otras figuras menos institucionales como los voluntarios, los profesionales cooperantes, socios, donantes, etc.

---

<sup>272</sup> Gracias a la tecnología telemática, no siempre se requiere la construcción de espacios físicos de co-presencia como puntos de acceso, se emplean otro tipo de interfaces, como una página web, el teléfono o el correo postal, es decir, se puede optar por los espacios de la mediatización. Las ONGD mantienen una relación con sus destinatarios –socios, donantes, etc.– que rara vez incluye la visita a las sedes físicas de las organizaciones, por lo que sus puntos de acceso están bastante diversificados: teléfono, Internet, correo postal, la presencia de voluntarios o personal contratado en la calle, tiendas de comercio justo, ferias o muestras, congresos, etc.



Veremos que existe un espacio discursivo amplio que permite las identificaciones múltiples desde el reconocimiento de una estructura de gestión profesionalizada, hasta la identificación con un movimiento social, abierto y participativo. Lo que estas diferencias señalan es que en la construcción de los puntos de acceso lo que prima es una estrategia de penetrabilidad controlada por los propios sistemas expertos<sup>273</sup>.

Hay una tensión entre la transparencia controlada y las zonas opacas. Este es el sentido de los reality o de los géneros como los castings, los reportajes de cámara en primera persona, etc., la idea que subyace a toda esta lógica semiótica es que ya no se puede mentir, ni permanecer ajeno al nivel de reflexividad de los públicos sobre los medios; por tanto, se les ofrece la sensación de que participan de los entresijos, de la misma manera que en el mundo “rosa” se habla de montajes, se explicita el dinero que se cobra por las exclusivas. Lo que antes permanecía oculto como norma, pero era conocimiento tácito se hace explícito y, al mismo tiempo, sirve para encubrir otros asuntos, lógicas y estructuras. En el caso de las ONGD han proliferado los reportajes y programas de televisión en los que se muestra la labor de gestión en el terreno<sup>274</sup>, se han convertido en fuentes de información que acompañan a los periodistas para mostrar las realidades de lugares sobre los que están interviniendo. En la publicidad también hay espacio para este juego de distancias, sobre todo, a la hora de representar reflexivamente la dimensión mediática del sistema.

<sup>273</sup> Esta estrategia de penetrabilidad controlada está determinada por ciertas lógicas mediáticas, por ejemplo, actualmente observamos cómo se está produciendo un movimiento paradójico que, si por un lado, procura o dice hacer más transparentes los puntos de acceso, por otro lado, refuerza la importancia de las regiones traseras, aquello que en el modelo goffmaniano se conoce como las bambalinas. Dada la creciente competencia de los sujetos en una sociedad reflexiva como la nuestra, sobre todo, en aspectos como la decodificación de textos mediáticos o las estructuras organizacionales, todo apunta a que se ha producido un retraso de las regiones posteriores que favorece la idea de que se tiene acceso a los entresijos de los sistemas expertos. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, lo que está sucediendo es que, en realidad, se producen simulacros de acceso gracias a estas estrategias de re-encantamiento, que al aportar sensación de verosimilitud y transparencia, sin embargo, posibilitan el mantenimiento del control y la importancia de las zonas traseras y ocultas.

<sup>274</sup> Uno de estos casos fue el programa Plan América (2008), como explica en la página web de RTVE: “la serie está basada en la premisa “do it yourself”, en la que son los propios protagonistas quienes graban las imágenes en las que plasman sus experiencias, sus éxitos, sus fracasos, y sus deseos. Los protagonistas son ocho voluntarios/as y cooperantes que realizan su labor humanitaria fuera de nuestras fronteras. Estos españoles mostrarán día a día con una cámara la evolución de su tarea de voluntariado para acercar la importancia de su labor al espectador” ([www.rtve.es](http://www.rtve.es)).



Figura 20 Intermón Oxfam (2007)<sup>275</sup>

Un ejemplo de esta estrategia retórica lo encontramos en un anuncio de Intermón Oxfam que propone al destinatario pasar de espectador distanciado a actor testigo, del ver al vivir, de la acción delegada a convertir la mediación en acción directa. En este anuncio no sólo se juega con la idea de restringir el espacio de la mediación, sino que incluso el destinatario se apropia del trabajo de los otros, puesto que si bien son ellos quienes trabajan, como muestra la imagen, es el destinatario quien supuestamente, según el texto, está haciendo algo. La fiabilidad necesaria para el mantenimiento del sistema se construye retóricamente ofreciendo a los destinatarios la posibilidad de control: “¿quieres comprobar personalmente cómo, gracias a tu colaboración, estamos ayudando a muchas personas a conseguir una vida digna? Este año tienes de nuevo la oportunidad de conseguirlo” (Figura 20).

En el punto de acceso se despliegan estrategias que no sólo ofrecen una cuota de información imperfecta sobre el sistema experto, sino que dan la posibilidad a los destinatarios de reapropiarse, de emplear en su propia acción estas ideas, datos, para configurar su propia visión del mundo, argumentar y guiar su acción. Es en la relación entre la intimidad y el sistema experto donde se produce la interacción más interesante. En resumen, “como escenarios de re-personalización, en los puntos de acceso los usuarios pueden evaluar y negociar los intentos de reencantamiento institucional aceptando las dinámicas, lógicas y procedimientos de las instituciones”, es ante el rostro de la institución donde se producen los encantos y desencantos, donde se teje una red compleja de relaciones alternas y

<sup>275</sup> Ven a ver (VIVIR) qué estás haciendo en la República Dominicana. ¿Quieres comprobar personalmente cómo, gracia a tu colaboración, estamos ayudando a muchas personas a conseguir una vida digna? Este año, tienes de nuevo la oportunidad de conseguirlo. Intermón Oxfam. Soy IO.

contradictorias sobre la confianza (Cruces et al: 2000). Los públicos, con respecto a las ONGD, han mantenido y mantienen una actitud ambivalente, aceptan la norma social, consensuada que dice que son buenas, bien intencionadas y que, por lo menos, hacen algo; pero, al mismo tiempo, activan una actitud de cooperación-sospecha<sup>276</sup> que les permite no sólo distanciarse de esa norma y poderla criticar sino justificar el hecho de no colaborar con lo que, supuestamente, hay que colaborar. Durante varios años, en los que se estaba consolidando y cristalizando la formación discursiva de la solidaridad, los públicos percibían una imposición de este macro-valor, que afectaba a su relación de confianza y fiabilidad con las ONGD. Sentían la solidaridad, no sólo como una moda, sino como un valor impuesto desde fuera.

Son muchos los anuncios que explicitan como estrategia la mención del saber experto de las ONGD, mencionan su experiencia en términos de tiempo, especialización, etc. Otra estrategia orientada, específicamente, al refuerzo del saber experto es la que persigue reforzar las relaciones de confianza desmontando los argumentos sobre los que se sostiene la desconfianza que se atribuye a los destinatarios. Este tipo de estrategias de enunciación enunciada, ya sea las que figurativizan a los expertos o a los destinatarios profanos, son fundamentales para el desarrollo de la voz ONGD, para legitimar su posición como actor interesado en el bien común, que al exponerse a las críticas y contrarrestar los argumentos demuestra que habla desde la sinceridad. Con esto se consigue, entre otras cosas, desmontar la idea de que el enunciador es una voz interesada y egoísta, identidad atribuida por las reglas del género publicitario.

La campaña de Ayuda en Acción, “Excusas” (1999) (Figura 21), un ejemplo de las estrategias que utilizan las ONGD en la construcción de las relaciones de fiabilidad, parte del presupuesto de que el destinatario establece *a priori* una posición de cooperación-sospecha. El anuncio moviliza una estrategia de culpabilización, al atribuir a los destinatarios una serie de excusas, supuestamente, injustificadas para no colaborar con las ONGD. Sin embargo, podemos observar algunos casos en los que lo que el anuncio presenta como excusas son, de hecho, críticas directas a su labor<sup>277</sup>: “¿realmente llega todo el dinero”, “estoy harto de ver este tipo

<sup>276</sup> La cooperación-sospecha, es un tipo de relación contractual en la que los agentes establecen un vínculo por el que están dispuestos a cooperar en virtud de intereses comunes en el marco de un campo acotado de acción. “La cooperación se plantea como una decisión basada en unas reglas, negociadas, controladas en el curso de la interacción, y que tiende a implicar una decisión subjetiva entre alternativas aunque no se consiga una suspensión de la sospecha tan extrema como en las decisiones fiduciarias” (Cruces et al,2000)

<sup>277</sup> Se trata de una figura de distracción o persuasión negativa, un desplazamiento del foco del discurso, que opera de la siguiente forma: “no haciendo no ver Y se hace creer X”(Abril, 1993:71-77), es decir, no haciendo ver que es una crítica se hace creer que es una excusa atribuida al destinatario.

de anuncio”, “los gobiernos son los que deberían solucionar los problemas”. En consonancia con el modelo de solidaridad como consumo el primer tema que se aborda es la cuestión del dinero. En este caso la crítica de una mala gestión y las dudas sobre el circuito que sigue el dinero destinado a los proyectos es una de las proposiciones que la ONGD convierte en excusa atribuyendo al destinatario una actitud negativa, una sospecha injustificada. Prevén la crítica y efectúan un desplazamiento de la misma para poder refutarla.



*Aquí tienes unas cuantas excusas para no apadrinar un niño del Tercer Mundo.*

**¿Realmente llega todo el dinero?**

Desde 1981, Ayuda en Acción está sujeta a auditorías externas anuales, tanto en España como en los 15 países del llamado Tercer Mundo, donde estamos presentes con más de 80 programas de desarrollo integral, que benefician a más de un millón y medio de personas. Si aún tienes alguna duda compruébalo tu mismo. Son muchos los medios de comunicación y las personas que ya han visitado nuestro trabajo. Pregúntales.

**Bastantes problemas tengo yo para llegar a fin de mes.**

¿De verdad, menos de 100 pesetas al día suponen un gran sacrificio?, piensa que aunque así sea, van a significar mucho más de lo que crees para la gente que las necesita.

**Apadrinar un niño... demasiada responsabilidad.**

No te confundas. El apadrinamiento no es una adopción. No se tiene responsabilidad legal sobre el niño. Se trata de una forma de colaborar en la que comienzas una relación con el niño y su comunidad. Tienes la oportu-

nidad de aprender más acerca de todo lo que le rodea y como con tu aportación vas a mejorar las condiciones de vida del niño, de su familia y de todo el colectivo.

**Estoy harto de ver este tipo de anuncios.**

Es verdad que la colaboración con las ONG's se ha puesto de moda. Pero, consideramos que esta tendencia significa que la sociedad es más solidaria. Aunque estés harto de ver este tipo de anuncios, piensa que 1.300.000.000 de pobres en el mundo justifican que necesitemos denunciar esta situación.

**Una pequeña ayuda no va a cambiar nada.**

No te engañes. Tu contribución es muy valiosa. Mes a mes, tu dinero aporta recursos permanentes que mejoran la vida a mucha gente. Permite construir pozos

y caminos. Supone cosechas y alimentos. Significa vacunas y medicinas. Con 2.500 ptas. al mes puedes cambiar muchas cosas:

- 50 frascos de cloroquina contra el paludismo en Malawi.
- 500 gr. de semillas de alfalfa en Perú.
- 10 sacos de cemento en Ecuador.

**Los gobiernos son los que deberían solucionar estos problemas**

Dales ejemplo.

**¿Por qué dar allí, si aquí también pasan hambre?**

Efectivamente, tu ayuda va dirigida a paliar las necesidades de zonas especialmente desfavorecidas de los Países del Sur. Lugares en donde la pobreza y la injusticia es absoluta. La solidaridad no debe tener fronteras.

**No tengo tiempo para dedicarme a estas cosas.**

¿Cuántas veces al día hablas por teléfono? Llámanos una vez y verás lo fácil que es intentar mejorar el mundo en que vivimos.

 **Ayuda en Acción**

**9 0 2 4 0 2 4 0 4** **www.ayudaenaccion.org**

☐ SI DESEO RECIBIR MAS INFORMACION SIN COMPROMISO.

Nombre ..... Dirección .....

Localidad ..... Provincia ..... C.P. .... Telefono .....

C/ Infantas, 38. 28004 Madrid. C/ Balmes, 32, 3º. 08007 Barcelona. Tel: 902 402 404. Web: www.ayudaenaccion.org

Figura 21 Ayuda en Acción (1999)



El destinatario en esta campaña es un individuo que carece de la competencia del saber, por eso debe preguntar, pero también se le despoja de la competencia del querer, de ahí que se excuse. Mientras, a la ONGD se le atribuye una competencia superior en todos los aspectos: saber, querer y hacer. La relación comunicativa que se establece entre ambos es desigual, la voz legítima y autorizada para hablar acusa implícitamente al destinatario de su falta de información, motivación y compromiso. La campaña está diseñada en forma de pregunta-respuesta, la simulación de un diálogo entre las figuras enunciativas del enunciador (ONGD) y el destinatario. A lo largo de dicho diálogo se emplean fórmulas de citación diversa: “directa” en las preguntas que realiza la voz concebida para el destinatario e “indirecta” en el empleo de frases hechas, estereotipos e ideas referidas a la “opinión pública”.<sup>278</sup>

La ONGD a lo largo de todo el anuncio va alternando su posición enunciativa, desde un sujeto observador a un narrador protagonista, el primer caso coincide con la defensa frente a las críticas y el segundo con la presentación de las cualidades que le caracterizan tanto a la institución como a su actividad. Para legitimar su función como gestores se afirma: “Desde 1981, Ayuda en acción está sujeta a auditorías externas anuales, tanto en España como en los 15 países del llamado Tercer Mundo, donde estamos presentes...” Aunque habitualmente esta ONGD se refiere a los Otros como Tercer Mundo en su publicidad, en esta ocasión se distancia de dicha denominación, como si fuese un término que se viese obligado a emplear para ser compartido por su destinatario pero que resulta insuficiente para ella. De esta forma, remite a una realidad que no se ve en la obligación de definir sino que puede ser cubierta con la mención estereotipada que se atribuye al destinatario “profano”.

---

<sup>278</sup> La citación permite adherirse o distanciarse de un determinado enunciado, escribe Peñamarín, es un procedimiento que puede ser analizado como no identificación del enunciador con la persona o colectivo que utiliza la expresión aludida, lo que supone la introducción de otro locutor en el texto. Bajtin explica que al introducir los actos de palabra en el texto, “caen sobre ellos los reflejos de las voces de otros y entra en ellos la voz del autor” (Lozano, Peñamarín y Abril, 1997:149)



**Figura 22 Solidaridad Internacional (1999)**<sup>279</sup>

A lo largo de la campaña se mantiene la representación del destinatario como un individuo incrédulo, al que la ONGD responde desafiante (“Si tienes alguna duda, compruébalo tú mismo”). Al ser cuestionada, la ONGD busca la recuperación de su legitimidad a través de otras voces a las que cualifica performativamente como dotadas de credibilidad por ser capaces de dar testimonio, para ello, remite sin concretar a medios de comunicación y testigos individuales.

Las ONGD tratan con este tipo de estrategias de contrarrestar la opinión de que la cooperación al desarrollo no es un instrumento eficaz, reforzado por el fenómeno que han dado en llamar “la fatiga del donante”. Por eso tanto en el discurso oficial como en el de las ONGD se repite el argumento “por poco que des dará mucho de sí”, como leemos en el anuncio de Solidaridad Internacional (1999) (Figura 22).

Un recurso empleado en estos casos para obtener una mayor fuerza expresiva es el uso de la hipérbole, común en la publicidad comercial, así en “Excusas” (Figura 8) se llega a afirmar que con la aportación del destinatario se van a mejorar: “las condiciones de vida del niño, de su familia y de todo el colectivo”, aunque para resultar más creíble, posteriormente, se mencionan proyectos concretos que se realizarán con ese dinero. En esta campaña se prometía que la mínima cantidad aportada (100 pesetas al día): “van a significar mucho más de lo que crees para la gente que las necesita”.

Otro aspecto interesante es que las ONG se defienden mediante la campaña de las críticas a sus propios anuncios, enmarcando esta defensa mediante una curiosa afirmación: “Es verdad que la colaboración con las ONG’s se ha puesto de moda”. Así definen su propia actividad como una moda en auge, pero que está justificada, para ello y mediante el empleo del nosotros exclusivo, narrador protagonista, se alinean con el discurso oficial que propone una valoración positiva de las ONG como entidades que manifiestan el carácter solidario de toda la sociedad. La estrategia consiste en emplear enunciados autoconfirmativos o incontrovertibles, ya que configurándose como únicos actores legítimos frente a la pobreza van ganando credibilidad y espacio social.

<sup>279</sup> El lema del anuncio es: “Por poco que des, dará mucho de sí”, la niña de la fotografía dice en dos idiomas: “ya voy a la escuela Solidaridad Internacional nos ayudó a construirla”

La crítica al tipo de publicidad hegemónica de las ONGD también tiene cabida en esta campaña, ya que se hace decir al destinatario: “Estoy harto de ver este tipo de anuncios”. De nuevo, el enunciador oculta la crítica eludiendo reflexionar acerca de lo que la motiva. En consonancia con el resto del anuncio se presupone que el destinatario se declara harto porque es una persona sin conciencia social, *pasota*, de modo que se eluda la posibilidad de que este tipo de anuncios se rechacen por manipuladores, mentirosos, desagradables, indignos, etc. Esta figurativización del destinatario *pasota* se encuentra en otros anuncios como el de Manos Unidas (Capítulo VI-Figura 157) o el que vemos a continuación de MSF (2000) (Figura 23) y siempre sirve para tematizar la cuestión de la indiferencia. En éste último, igual que en Excusas, se atribuye a los destinatarios un conjunto de lugares comunes que sirven para ilustrar la posición de indiferencia frente al sufrimiento y, sobre todo, como argumentos injustificados para no apoyar la labor de las ONGD.

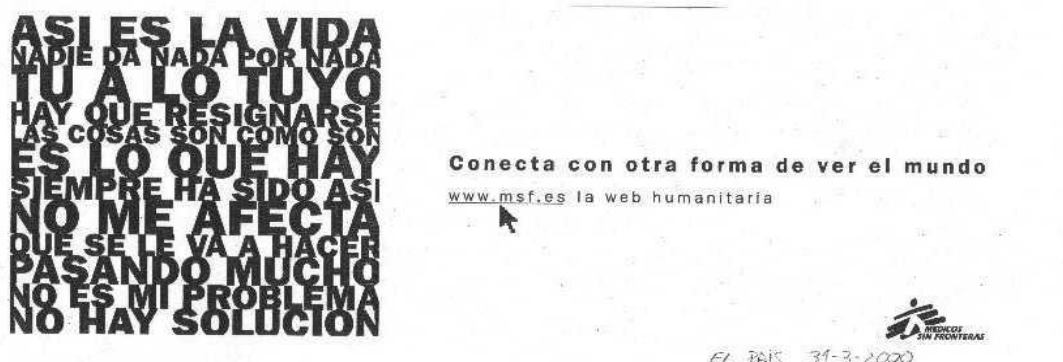


Figura 23 MSF (2000)

Si la ONGD está valorizada, el destinatario no lo está menos, porque aunque el enunciador se distance del discurso de las excusas rechazándolo no puede menospreciar por completo a su interlocutor dado que su objetivo es obtener algo de él. Por esta razón, el destinatario (futuro donante) aparece idealizado, como es propio del espacio eufórico de la publicidad comercial<sup>280</sup>, por ejemplo, en el anuncio de Ayuda en Acción (Figura 8) se le asegura: “tu

<sup>280</sup> Peñamarín (2000b) explica cómo opera la tensión entre los espacios eufóricos y disfóricos en la publicidad como un vector de transformación que afecta tanto a los espacios como a los sujetos que los habitan. “Suponemos que (la publicidad) idealiza el mundo de sus consumidores, que lo envuelve todo en el celofán del glamour”, pero para que éste espacio eufórico pueda funcionar antes “se realiza una transformación, más que la mera exhibición del mundo policromando en el que se consumen productos. El anuncio alude siempre al mundo del destinatario y, a menudo, al mundo insatisfactorio o a lo más fastidioso de ese mundo (lo que hemos identificado como espacio disfórico) para estimular el deseo del producto que inevitablemente lo transformará”, trasladándolo al espacio eufórico. La trama publicitaria más común muestra el recorrido “entre la insatisfacción de “la realidad” y el glamour y la felicidad del consumo” (Peñamarín, 2000b:146).

contribución es muy valiosa”, o en el de MSF (Figura 10) que puede conectar con otra forma de ver el mundo, que le transformará. En ambos casos, se intenta superar la situación previa de sospecha y consolidar las relaciones de confianza.

Los puntos de acceso a un sistema no son únicos ni unificados sino que son de naturaleza polivalente. Hemos defendido el análisis de la publicidad<sup>281</sup> como punto de acceso privilegiado, por su grado de difusión, porque no requiere gran esfuerzo de lectura por parte de los destinatarios y porque forma parte de un espacio de mediación fundamental en la esfera pública contemporánea. El espacio publicitario promueve un encuentro con el sistema ONGD de carácter puntual, salvo en los casos en los que la relación con los destinatarios ha conseguido trasladarse al espacio del socio, voluntario o donante. Nuestra hipótesis es que, tal vez el funcionamiento de la publicidad como punto de acceso central al sistema esté en la base del fenómeno que se ha denominado “solidaridad espasmódica”, y que favorece la aparición intensiva, pero restringida en el tiempo, de la cuestión solidaria según la coyuntura mediática, lo que por otra parte, dificulta la creación de lugares de relación y participación que impliquen compromisos a largo plazo.

Así mismo, hemos detectado otro aspecto conflictivo en la construcción de las ONGD como sistema experto capaz de gestionar intereses del bien común, afectos y valores compartidos. Nuestro análisis de la construcción identitaria de las ONGD como colectivo, identidad sobre la que se sostiene esta noción de sistema experto, ha destacado que junto con una posición colectiva, conviven otros posicionamientos que movilizan la retórica de la competitividad. Sobre todo, en la etapa de auge de la captación de fondos que tuvo lugar tras el boom de las ONG a principios de los años 2000, las ONGD vieron mermada su credibilidad y fiabilidad, en parte, como consecuencia de este posicionamiento competitivo entre las diversas ONGD que trataban de diferenciarse entre sí. Esto sucedió porque dicha retórica de la competitividad entraba en contradicción con los valores presupuestos asociados al sistema que lo definía,

---

<sup>281</sup> La relación entre los diversos puntos de acceso de una ONGD es un asunto bastante complejo y que no forma parte de nuestro objeto de análisis. Nos gustaría apuntar la difícil conexión que existe entre los discursos publicitarios y otros de géneros distintos, como pueden ser los informes, memorias y otros materiales que no alcanzan la difusión masiva de la publicidad. Junto con el reencantamiento y las estrategias de personalización que el sistema experto desarrolla a través de la publicidad, su fiabilidad también se fundamenta en los datos, informaciones cuantitativas y cifras que sirven para reforzar la idea de eficacia. Sin embargo, pese a lo que podamos considerar, en el flujo de discursos de la cultura masiva, rara vez, los discursos de géneros diferentes se tocan entre sí, es decir, es más probable que los públicos identifiquen y relacionen un anuncio de una ONGD con otro de una empresa, que lo relacionen con un análisis de investigación o un informe de la propia ONGD.



básicamente, como un conjunto de organizaciones de carácter público<sup>282</sup> que perseguían los mismos objetivos y principios, no de organizaciones interesadas en competencia entre sí.

En los puntos de acceso se produce un proceso de negociación en el se ponen en juego las dinámicas de desanclaje y reanclaje, descritas por Giddens. Los destinatarios han de reapropiarse y resignificar los valores que moviliza la formación discursiva y adaptarse a las formas de gestión de sus objetos: compasión, ayuda, altruismo, pena, justicia, etc. Junto a estos aspectos que afectan a la relación particular entre los destinatarios y las ONGD, los sujetos han de buscar fórmulas para hacerse cargo de su responsabilidad moral en un mundo globalizado, en el que aumenta la sensación de impotencia frente a grandes problemas y se toma conciencia de la incapacidad para controlar uno mismo el flujo de relaciones y sistemas complejos que define la interdependencia. La percepción de la complejidad y la toma de conciencia frente a la distancia entre la responsabilidad moral, que permanece intacta, y la capacidad de acción, según explica Bauman (1998), son ejes centrales en la conformación de este nuevo sistema experto.

Por último, en nuestro trabajo, defendemos la hipótesis de que las ONGD como actores delegados permiten la incorporación de una dimensión adicional, otra cara del prisma, al modelo de ciudadanía “simbólica”, política y cultural, en el que aún estamos emplazados y desde el que parece debe resolverse este dilema de la responsabilidad y la acción moral que acabamos de enunciar y para el que la mediatización es una estrategia de articulación imprescindible.

En síntesis, entendemos que gracias a la publicidad los destinatarios se familiarizan con las ONGD y con el entorno que diseñan. Dicho entorno no sólo estará referido a lo propio – quiénes somos, qué sentimos y qué hacemos-, sino que se extenderá a espacios, tiempos y sujetos lejanos; todo aquello que tras el proceso mediador se transforma en familiar al reinsertarse en un entorno local, en parte de nuestra cotidianidad. De esta forma, podemos interpretar las representaciones que conforman el universo discursivo de la experiencia solidaria como espacios hegemónicos de re-conexión o re-anclaje.

---

<sup>282</sup> Revilla Blanco ha analizado el peculiar carácter público de las ONG (2002: 27-34).

## **b) Señales simbólicas: el intercambio moral como intercambio dinerario**

El vínculo solidario se convierte, en el ámbito de la formación discursiva y del sistema experto, en un tipo concreto de señal simbólica, es decir, el capital afectivo, económico y simbólico gestionado en este espacio de mediación pasa por un proceso de semiotización. Según Giddens, las señales simbólicas son “medios de intercambio que pueden ser pasados de unos a otros sin consideración por las características de los individuos o grupos que los manejan en una particular coyuntura” (Giddens, 2002:32-33). El dinero es quizá la señal simbólica por excelencia ya que convierte cualquier tipo de bien o servicio intercambiado en un signo impersonal. Esta señal simbólica es un elemento clave del sistema experto solidario puesto que la interacción entre los usuarios, los destinatarios y el sistema experto ONGD se realiza, básicamente, a través del intercambio monetario.

Según explica Giddens, el dinero es un medio de distanciamiento temporal, ya que libera al sujeto del intercambio inmediato de bienes y servicios, permite la verificación de transacciones entre agentes separados en el espacio-tiempo. Se trata de una señal simbólica que aúna el tiempo y el espacio, lo instantáneo y lo aplazado, la presencia y la ausencia. Pero, sobre todo, nos interesa el hecho de que el dinero permite obviar la relación mutua directa entre los agentes implicados al desligar los compromisos económicos de los personales y también, de los compromisos éticos.

Esta capacidad atribuida al sistema monetario, es un efecto que, según la teoría marxista de la fetichización, proviene del hecho de que el dinero convierte cualquier cosa en mercancía. En primer lugar, del dinero destaca su condición de negación continua, es decir, el dinero no es sino es para otra cosa; pero, al mismo tiempo que por no ser nada actual, potencialmente puede ser cualquier cosa Hopenhayn (2002). Su sentido es siempre indeterminado, está por concretar y una vez concretado se habrá convertido en otra cosa. Es en los albores de la modernidad, gracias a la mitificación introducida por la ética del capitalismo comercial, cuando se produce, según Hopenhayn, el “olvido social” de esta vaciedad del dinero, circunstancia que promueve su fetichización. Este autor explica cómo en la modernidad y con la consolidación de la sociedad mercantil, el individuo desplaza los criterios de autoridad desde instancias externas hacia su propia capacidad de agencia individual. Eso le permite, en el final de un largo proceso, atribuir al dinero la capacidad de condensar todos los sentidos indeterminados que antes encontraban su limitación en esas otras autoridades tradicionales: políticas, sociales o

religiosas. Para ello, el individuo ha tenido que recuperar para sí, desde el Renacimiento, la capacidad de asignar a las cosas sentidos individuales y relacionarse con los otros en cuanto individuos (y propietarios) singulares. El sujeto moderno –autotélico– se construye como potencialmente ilimitado, sin sujeción externa, por lo que indaga en sí mismo, en su conciencia, para producir los sentidos múltiples de su universo de experiencias fragmentadas. Y en ese camino hacia la desconexión de todo espacio y tiempo el dinero es su principal aliado. En ese afán de hacerse a sí mismo en un proceso de construcción continua, inscrito en la tópica del narcisismo sentimentalista, el dinero da a los sujetos acceso potencialmente al infinito gracias a su poder de equivalencia.

Peirce afirma que estamos abocados a un proceso de semiosis ilimitada, de búsqueda constante de sentido y en la sociedad contemporánea el dinero parece haber colonizado esta búsqueda a través de la representación –cada vez más abstracta– de todo valor, ampliando los intercambios posibles con un coste comunicativo progresivamente menor.

La conversión de cualquier valor a dinero, la consideración de la utilidad como fin último de la vida social, son aspectos que influyen en la revolución de los sentidos del tiempo y del espacio y que favorecen la extensión de la experiencia de desanclaje. Frente a esta situación podemos recordar los planteamientos del joven Marx, solicitando el grado máximo de compromiso de los sujetos en las relaciones humanas. Decía Marx en el Tercer Manuscrito, “El poder del dinero” (1844)<sup>283</sup> : “Si suponemos al *hombre* como *hombre* y a su relación con el mundo como una relación humana, sólo se puede cambiar amor por amor, confianza por confianza, etc. Si se quiere gozar del arte hasta ser un hombre artísticamente educado; si se quiere ejercer influjo sobre otro hombre, hay que ser un hombre que actúe sobre los otros de modo realmente estimulante e incitante. Cada una de las relaciones con el hombre —y con la naturaleza— ha de ser una exteriorización determinada de la vida *individual real* que se corresponda con el objeto de la voluntad. Si amas sin despertar amor, esto es, si tu amor, en cuanto amor, no produce amor recíproco, si mediante una *exteriorización vital* como hombre amante no te conviertes en *hombre amado*, tu amor es impotente, una desgracia.

---

<sup>283</sup> Puede consultarse el texto en la Biblioteca de Autores Socialistas de la Universidad Complutense (<http://www.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/44mp/>).

# 5

## **Los imaginarios históricos de la solidaridad**



## 5.1 Principios de siglo y entreguerras: primeras manifestaciones solidarias (1900-1950)

En este capítulo haremos un recorrido histórico por algunos de los imaginarios más reiterados en torno a la representación del sufrimiento a distancia de otros empobrecidos e infelices en la publicidad social.<sup>284</sup> Se entenderá por publicidad social las campañas que, a través de cualquier tipo de género y estrategia publicitaria, promocionan un asunto que queda definido en su discurso como una causa de interés social, vinculada a la noción de bien común y servicio público.

Si bien la publicidad social y el sistema publicitario general –en el que destaca la publicidad comercial– comparten un desarrollo histórico similar, la aparición y evolución de la publicidad social hasta la época actual parece haber ido siempre un paso por detrás con respecto a la evolución de su homólogo comercial. Mientras que esta dinámica ha funcionado en las fases pre-industrial e industrial (Alvarado, 2003.403), desde nuestro punto de vista, en la fase post-industrial la tendencia apuntada estaría transformándose y, por el contrario, son ahora las empresas las que adoptan un fuerte posicionamiento social para lograr la permanencia y la hegemonía en los mercados<sup>285</sup>.

Según el estudio de Alvarado es a mediados del siglo XVIII cuando podemos encontrar el origen de la transformación que da pie a la aparición de la publicidad social, no obstante será gracias al afianzamiento del estado liberal-burgués, ya en el siglo XIX, cuando este género discursivo cristalice. Su aparición se asocia, como la del sistema publicitario general, con la libre competencia, el mercado, el liberalismo económico, la democratización, la revolución tecnológica, el avance de los transportes y las comunicaciones, la libertad de prensa, la ampliación de la alfabetización, el sufragio y la cristalización de la ciudadanía, etc....“Vinculada

<sup>284</sup> La publicidad social es un tipo de género discursivo que en España se practica y define a partir de límites difusos, a medio camino siempre entre la publicidad comercial, la comunicación institucional corporativa y la propaganda. No ocurre lo mismo, por ejemplo, en países como Italia donde siguiendo el ejemplo anglosajón desde la década de los 70 existe *Pubblicità Progresso* una propuesta que persigue publicitar “lo social”, una fundación que tiene como finalidad contribuir a la solución de problemas morales, civiles y educativos de la comunidad a través de una publicidad al servicio de la colectividad, mediante el diseño y la realización de campañas propias que interesen al público, intentando demostrar la utilidad de una práctica publicitaria profesional que promueva una correcta comunicación social y estimule la conciencia civil para actuar a favor del bien común.

*Pubblicità Progresso* ha realizado campañas en torno a los siguientes ejes: derechos de las minorías, derechos y deberes sociales, defensa del entorno, problemas de la infancia e iniciativas sociales (sobre el valor de la escucha, a favor de la alfabetización informática, el placer de ofrecer un buen gesto, educación en valores ciudadanos, solidaridad con los enfermos, a favor del voluntariado, fomento de la lectura, etc.). En Italia, *Pubblicità Progresso* ha sido considerada durante décadas sinónimo de publicidad social.

<sup>285</sup> Sobre este asunto puede leerse Saiz Echezarreta y Gomez Lorenzini (2009).

con este nuevo orden de las sociedades industriales y configurada como actividad comunicativa propia, es cuando la publicidad irá asumiendo de modo paulatino, consciente y definitivo su papel al servicio de las causas y programas de finalidad social” (Alvarado, 2003:404).

Un esquema aproximativo de las fases de la publicidad social (Alvarado, 2003:406) nos indica que no será hasta el periodo de entreguerras cuando podamos hacer referencia explícita a campañas de publicidad social, orientadas a la recaudación de fondos y movilización de voluntarios en apoyo de las víctimas de las guerras. Sólo unas décadas después, a partir de 1950, encontramos ya establecido un sub-género publicitario que cuenta con estrategias, entidades, disciplinas –como el marketing social- y un cuerpo de normas de producción e interpretación genéricas.

Si las primeras muestras de publicidad social definidas con claridad como un género datan del periodo de entreguerras, la consolidación del término solidario, eje central de la formación discursiva de la solidaridad, sucede en una época similar. Será en 1925, cuando se fije en el diccionario del español la definición de solidario como: “adherido o asociado a una causa, empresa u opinión de otro” (Balta et al, 2006). A esta definición le acompaña también la incorporación de un nuevo término reflexivo: solidarizarse. Nuestra hipótesis es que ambos fenómenos: el desarrollo de la publicidad social y de la solidaridad, como concepto, corren parejos.

No obstante, si comprendemos la publicidad social en un sentido amplio, ya desde finales del XIX se promocionaban con asiduidad la caridad y la beneficencia a través de otros géneros, de factura fronteriza, como las noticias de prensa en las que se anuncia la organización de actos benéficos (rifas, teatro, bailes, etc.) para recaudar fondos (Figura 24). A estas prácticas comunicativas se irán añadiendo otras que, con el paso del tiempo, han convivido de manera complementaria, desde anuncios, carteles, sellos y tarjetas, entre otros materiales gráficos hasta *sms*, *banners*, *web*, correos electrónicos, etc.



Figura 24 Revista *Comedias y comediantes* de 1910<sup>286</sup>.

En el recorrido propuesto a lo largo de estas páginas nos interesan las líneas de continuidad, la reiteración de imágenes, vocabularios, relatos, etc., sobre todo, los propios del sentimentalismo hegemónico que, bien en soportes propiamente publicitarios u otros similares, van dando forma al repertorio de representaciones que conforman la formación discursiva de la solidaridad. No pretendemos exponer una revisión histórica exhaustiva ni sistemática, sino una especie de lectura diacrónica acelerada, porque un ejercicio de esta naturaleza nos permite, como sugiere Sánchez Leyva (2005), darnos cuenta de que “todas las épocas disponen de una economía signíca para apelar al espesor, para crear densidad de significado” y descubrir, en la medida de lo posible, cuál ha sido en nuestro caso el proceso por el que “literalizamos ciertas representaciones hasta tal punto de no ver más que *presentaciones* del mundo”.

Para empezar, proponemos el contraste entre una imagen de 1922 y otra del año 2000 (Figura 25y Figura 26). En ambas se puede leer uno de los lemas más repetidos en la publicidad solidaria: “X dinero puede salvar una vida”, slogan que resuena, desde hace décadas, en los anuncios de apadrinamiento. Junto a éste, el “depende de ti” y las imágenes infantiles son, quizá, los elementos que mejor expresan los principios que hemos señalado como propios del sentimentalismo.

<sup>286</sup> Noticia sobre la representación de una obra cuyos ingresos están destinados a las casas de Socorro de Madrid.




Figura 25 Periódico Nuevo Mundo, 3 de Marzo de 1922<sup>287</sup>

Figura 26 Intervida (2000)<sup>288</sup>

Aunque nuestro interés está focalizado en textos españoles, los referentes discursivos de este fenómeno no son exclusivamente nacionales, sobre todo teniendo en cuenta que el fenómeno de las ONGD en España es tardío en relación a otros lugares de Europa, de donde éstas tomaron ejemplo –lo hicieron fundamentalmente de las experiencias comunicativas de otras organizaciones e instituciones internacionales cuyas filiales en algunos casos, se establecieron también en este país.

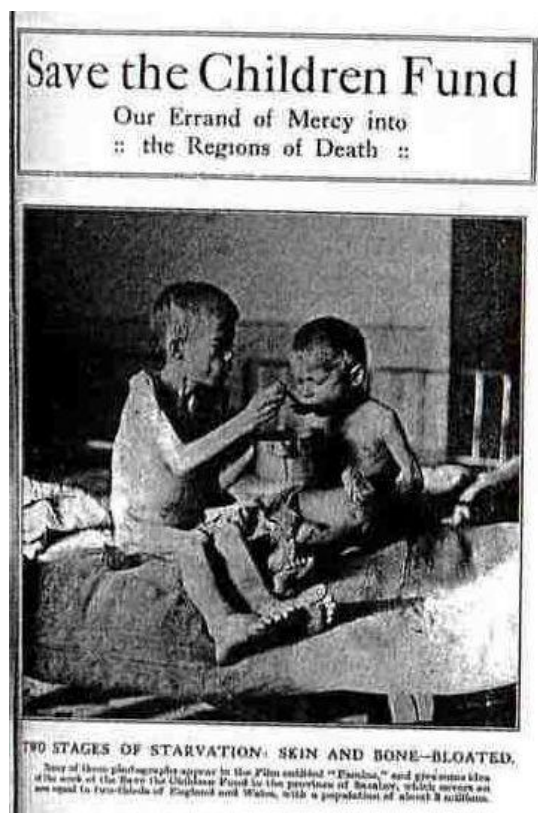
Destacamos por estos motivos la campaña que Save the Children lanza también en 1922 (Figura 27) para ocuparse de la hambruna en Rusia, la misma que concernía a los niños de las Escuelas Aguirre. Para entonces esta organización inglesa había adoptado modelos publicitarios que posteriormente llegarán a España, en los que reconocemos ya estrategias de representación actuales. El eslogan de este folleto navideño dice: “Nuestro regalo de Gracia en la Región de la Muerte.(...) Para una Navidad más feliz en esta estación de generosidad, porque no colgar este sobre en tu árbol y dejar que tu familia y tus invitados contribuyan a un nuevo año de esperanza para aquellos que casi han perdido la esperanza por completo”<sup>289</sup>. En el pie

<sup>287</sup> “La colecta en favor de los niños rusos hambrientos, llevada a cabo por los niños de las Escuelas Aguirre, que al sacrificar sus economías para una bella obra a no pocos.....que ante la hecatombe permanecen impasibles”.

<sup>288</sup> “Su vida está en tus manos. Por sólo 100 Ptas. /día APADRINA un niño del tercer mundo”

<sup>289</sup> La ritualización de la Navidad como un tiempo especialmente solidario es una estrategia aún hoy eficaz para la recaudación de fondos, pues ha sabido adaptarse al contexto actual, por ejemplo, dirigiéndose ya no sólo a las familias, sino también a las empresas e incorporando la necesaria satisfacción del cliente a la petición de ayuda. “Estimados amigos: Se acercan las fiestas navideñas, un periodo que aprovechamos para expresar a nuestros amigos y compañeros los mejores deseos para el año que va a comenzar. Desde Acción contra el Hambre, queremos proponeros que vuestra felicitación se convierta en una demostración solidaria de apoyo y de lucha contra el hambre y las situaciones de peligro que amenazan a los hombres, mujeres y niños indefensos en todo el mundo. (...) En la nueva

de foto se explica que los dos niños representan dos estados de la desnutrición y que su piel y sus huesos están hinchados (Benthall, 1995). En España, habrá que esperar varias décadas para que se publiquen anuncios de este tipo, como las campañas de Acción contra el hambre (Figura 28) -en una de sus campañas se escoge una imagen fraternal de ayuda entre niños



**Figura 27 Save the Children (1922)**

dicha compatibilidad fuese posible, uno de los argumentos que se va perdiendo es el del sacrificio y la responsabilidad. Las ideas del sacrificio propio y la renuncia, de origen cristiano, van dejando paso a la doctrina liberal mercantilista que defiende la posibilidad de actuar en pro del beneficio personal, persiguiendo al mismo tiempo la consecución del bien común y el orden social, gracias a la dinámica reguladora del mercado.

desnutridos similar a la que Save the Children presentaba seis décadas antes

Aunque, como decimos, tendrán que pasar algunos años para que anuncios como el de *Save the children* (Figura 27), característicos de la publicidad social anglosajona<sup>290</sup> se publiquen en la prensa española, a partir de la década de los años 30 se incrementa, paulatinamente, el espacio destinado a las causas sociales. Uno de los primeros efectos que trae consigo la proliferación de la publicidad social es la representación compatible, en un mismo discurso, de la lógica hedonista -potenciada por el consumo y la dinámica publicitaria- y la preocupación por el prójimo, característica de los discursos morales y normativos, sobre todo, de origen religioso. Para que

colección de tarjetas estamos seguros de que encontrareis un diseño apropiado.” (Folleto Felicitaciones Navidad 2007/2008 Exclusivas para empresas de Médicos Mundi, Aldeas Infantiles, Acción contra el hambre y WWF).

<sup>290</sup> En la tesis de María Cruz Alvarado (2003) se puede leer un recorrido sobre los orígenes de la publicidad social en Estados Unidos y Reino Unido que corresponde a la época que estamos describiendo.

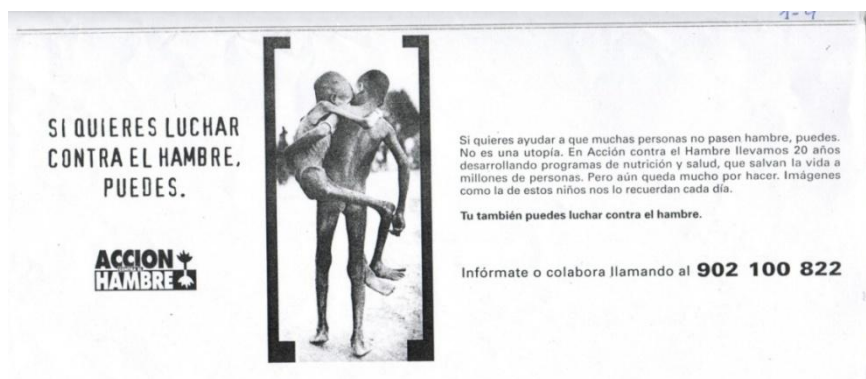


Figura 28<sup>291</sup> Acción contra el hambre (2000)

Una de las organizaciones precursoras de este tipo de publicidad en España será la Cruz Roja (Figura 29). Su modelo comunicativo, en relación, a las labores de sensibilización y captación de fondos ha sido similar desde entonces hasta ahora, dado que la Cruz Roja ha empleado históricamente las rifas o sorteos, los eventos culturales, así como las colecciones de sellos.



Figura 29 Alrededor del Mundo, 11 de Septiembre de 1926

Por ejemplo, en este anuncio<sup>292</sup> tras alabarse la calidad de la colección de sellos<sup>293</sup> de la Cruz Roja se dice: “Estos sellos tienen un futuro seguro, de modo que comprándolos, no solamente

<sup>291</sup> “Si quieres luchar contra el hambre puedes. Si quieres ayudar a que muchas personas no pasen hambre, puedes. No es una utopía. En Acción contra el Hambre llevamos 20 años desarrollando programas de nutrición y salud, que salvan la vida a millones de personas. Pero aún queda mucho por hacer. Imágenes como la de estos niños nos lo recuerdan cada día”.

<sup>292</sup> Un detalle interesante de este anuncio es que la apelación al destinatario previsto se hace en plural, “Españoles” mientras que en la publicidad moderna esa relación interlocutiva establecida en el texto está mayoritariamente individualizada.

hace una buena obra favoreciendo a la CRUZ ROJA ESPAÑOLA, sino que efectúa una buena colocación de capital.” Como veníamos apuntando, en el texto aparece la conexión entre la acción benéfica –que por definición había de ser considerada como una obra desinteresada- y la defensa del propio beneficio, generalmente de carácter económico. Este rasgo se ha mantenido como una constante del discurso del marketing solidario (Figura 30), sobre todo, a través de las propuestas del marketing con causa, entre las que destacan los productos financieros solidarios, orientados hacia la rentabilidad económica compatible, sin embargo, con objetivos -supuestamente- altruistas.



Figura 30 Fondos de Inversión Solidarios BCH y BBV <sup>294</sup>

293



Desde el punto de vista de los formatos, el sello será durante décadas un instrumento privilegiado para la captación de fondos. Desde 1840, el sello se convierte en un instrumento de máxima difusión, el flujo de cartas, tanto particulares como individuales era considerable por lo que el sello constituía un buen soporte “publicitario”, para causas sociales, políticas y culturales. No sólo la Cruz Roja empleará los sellos sino que recurrirán a este soporte para difundir su causa otras instituciones tanto republicanas como franquistas, por ejemplo, la Asociación de Caridad Nacional.

También será un recurso de las modernas ONGD. En 1956 Intermón, entonces Secretariado de Misiones y Propaganda, organiza una colecta de sellos para enviar a las misiones. En el breve recorrido que hace de su historia esta organización en su página web recoge como un hecho importante esta campaña que se mantendrá en vigor durante dos décadas. En uno de los anuncios de prensa de la época se escribe: “Parece mentira cuánto se puede ayudar a las misiones con sellos. Sávelos de la papelería, envíenlos y no lo dude: Vd. colaborará eficazmente con los misioneros”. [www.intermon.org](http://www.intermon.org)

<sup>294</sup> Los productos financieros fueron uno de los primeros campos en los que se incorpora lo solidario como valor añadido y dónde conviven los logos de las ONG tanto de desarrollo como de acción social con el logo y la marca empresarial. Como se observa en el tríptico del BBVA, estas primeras experiencias de marketing con causa están orientadas a legitimar su acción, con lemas como “El fin justifica los medios”. Un proceso de búsqueda y construcción de confianza en el que también estaban insertas las propias ONGD en el periodo 2000-2005.





**Figura 31 Logotipo Cruz Roja**



**Figura 32 Logotipo Médicos Sin Fronteras**

La Cruz Roja además de promocionar estrategias de recaudación de fondos, se convertirá en el adalid de la ayuda humanitaria, puesto que se trata de la organización que mejor condensa simbólicamente el trabajo de cooperación internacional en sus primeros tiempos, instaurando códigos representacionales

normativos, sobre todo, en torno a la urgencia y las emergencias, que analizaremos en profundidad más adelante. La memoria sobre la que operarán los imaginarios de las organizaciones profesionales solidarias, (mayoritariamente las de orientación sanitaria) guarda una estrecha relación con los imaginarios establecidos por esta organización (Figura 33), por ejemplo, a través de los logos (Figura 31y Figura 32).



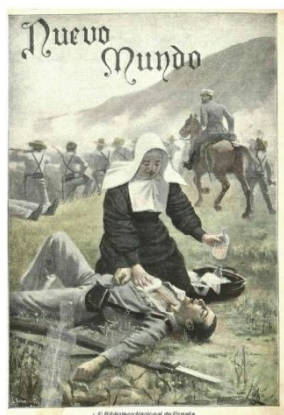
**Figura 33 Cruz Roja (1950)**

La Cruz Roja supo adaptarse no sólo al trabajo de difusión de su labor en el campo de batalla y la ayuda humanitaria y de emergencia, sino que se adecuó también a las prácticas y costumbres de los estratos sociales que podían aportar capitales para apoyar su labor, promoviendo: bailes, festivales o eventos como el Día de la Banderita que aún hoy sigue existiendo y moviliza a importantes personalidades de nuestro país. Estas cuestaciones serán modelos para otras entidades como el Domund y las campañas del Día Nacional de la Caridad.

Esta organización, la Cruz Roja, durante el largo periodo de guerras mundiales y guerra civil, se posiciona en el espacio público a través de carteles y postales, de ellos nos gustaría destacar la importancia que se concede a la presencia femenina en el espacio de la ayuda (Figura 34, Figura 35 y Figura 36), en este caso, a través de la figura de las enfermeras que han sido tradicionalmente quienes se han hecho cargo de la atención a los enfermos<sup>295</sup>. El cuerpo de las mujeres ha servido para ejemplificar, por un lado, la condición de víctima, y por otro –como vimos en el texto de

<sup>295</sup> Se puede consultar una interesante exposición virtual de carteles de la Cruz Roja francesa en <http://sites.croix-rouge.fr/sites/expo-affiches/index.php> que aborda el periodo 1950-2007, en la que precisamente como caracterización de la primera etapa se destaca la presencia femenina en las imágenes publicitarias.

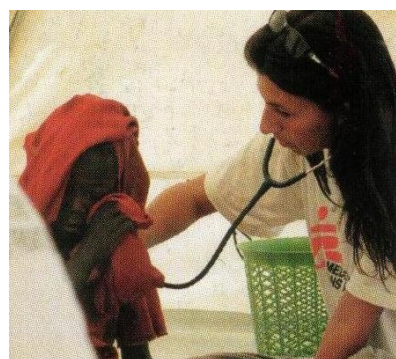
Concepción Arenal-, son los sujetos que deben hacerse cargo de los cuidados<sup>296</sup> incluidas, por supuesto, las cargas emocionales. Con el paso del tiempo, la publicidad de las ONGD promueve una representación más o menos paritaria de los sujetos voluntarios y cooperantes en relación al número de varones y mujeres, sin embargo, la presencia de los universos femeninos estereotipados se mantiene a través de otras configuraciones, como la figurativización de las víctimas, casi en exclusiva femeninas, y la promoción de una estructura de sentimiento que, según explicamos al hablar de los orígenes del sentimentalismo, guarda una estrecha relación con los imaginarios femeninos propios de la novela sentimental.



**Figura 34 Nuevo Mundo, 10 de Agosto de 1898<sup>297</sup>**



**Figura 35 Cruz Roja francesa (1943)**



**Figura 36 Médicos Sin Fronteras (2005)**

A comienzos del siglo XX todavía no hay en España una estructura organizativa ni comunicativa en el terreno de la acción social que pueda equipararse a los países ricos de Europa. La guerra y, posteriormente, la dictadura franquista impedirán el desarrollo de modelos alternativos al margen de las instituciones del régimen gubernamental y de la Iglesia Católica, salvo casos excepcionales como el de la Cruz Roja. Durante los periodos de comienzo de siglo, con las guerras mundiales y después en la guerra civil, lo que predomina son mensajes genéricos de

<sup>296</sup> La representación de la ayuda y la solidaridad guarda una estrecha relación con los imaginarios femeninos de los cuidados, trasladados desde el ámbito familiar tradicional. Los cuidados operan desde una triple dimensión que puede observarse en el trabajo de las ONGD: los aspectos materiales del cuidado que recogen asuntos relacionados con la oferta y consumo de servicios, los morales, tales como los disciplinarios, el sentido de la responsabilidad (abnegación, sacrificio) y los afectivos que recogen la dimensión emocional de las relaciones (calidad humana, preocupación por el otro, amor, resentimiento, etc.) (Martín Palomo, 2008:22).

<sup>297</sup> "La caridad en la guerra".

carácter humanitario –sobre todo carteles<sup>298</sup> además de la prensa-, en ellos se representa, fundamentalmente, la asistencia a los soldados heridos. En los carteles de la Cruz Roja encontramos, no sólo buenos ejemplos de la representación de las víctimas y su socorro, sino del desplazamiento que este tipo de representación ha sufrido desde entonces, dado que en el marco de la formación discursiva de la solidaridad, las víctimas militares en los conflictos bélicos contemporáneos fueron sustituidas progresivamente por la representación de víctimas civiles, una modificación sustancial que ilustran los anuncios de la Cruz Roja.

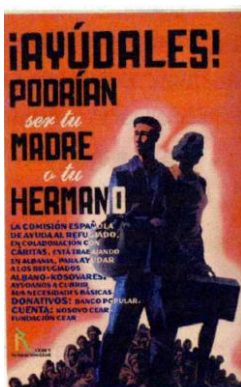


Figura 37 Cruz Roja (1936-1939)



Figura 38 Cruz Roja (2002)

298



La publicidad social que se editaba en los periodos de guerra responde a los universos simbólicos y pautas estéticas que regían en cada posición ideológica y discursiva. Los códigos estéticos de la cartelería de la guerra civil también han servido como referentes creativos para los anuncios de ONGD modernas, por ejemplo, CEAR (2000). La recuperación de un determinado código artístico permite que el discurso solidario y la atención hacia un conflicto actual como la guerra de los Balcanes, se vincule con la historia migratoria y bélica en España. El texto dice: “Ayúdales podrían ser tu madre o tu hermano. La Comisión Española de Ayuda al Refugiado en colaboración con Cáritas está trabajando en Albania para ayudar a los refugiados albanio-kosovares, ayúdanos a cubrir sus necesidades básicas. Donativo: Banco Popular”.

## 5.2 Fundación de las primeras ONGD: la expresión solidaria de raíz caritativa (1950-1985)

A partir de la década de los cincuenta, la transformación social producida tras las guerras mundiales empieza a tener cierta repercusión en España. En esta década tienen lugar procesos fundamentales en la configuración de las ONGD y de la solidaridad contemporánea. Entre ellos, González Parada señala dos de orden político: el proceso de descolonización y el surgimiento de los movimientos revolucionarios en América Latina. A los que hay que sumar otro de orden religioso: los cambios introducidos en la Iglesia Católica a partir de la doctrina del Papa Juan XXIII recogida en la encíclica *Pacem in terris* (1963), de Pablo VI en *Populorum progressio* (1967) y, por supuesto, los cambios de perspectiva que introdujo el Concilio Vaticano II (Baiges: 2002).

Sin embargo, estos procesos no serán plenamente visibles en España hasta varias décadas después. De hecho, el conocido *boom de las ONG* no tendrá lugar hasta mediados de la década de los 80, cuando entre 1984 y 1985 se creen tantas organizaciones como en el periodo comprendido entre 1909 y 1984. Antes, “las únicas ONG que surgen en España en estas décadas son de carácter religioso y confesional, bajo el control político del régimen, aunque con la amplia autonomía de la que gozaba la Iglesia durante esta etapa teniendo un propósito fundamentalmente apostolar y misionero en sus múltiples formas y modalidades”(Gómez Gil, 2005:24).

Fuera de nuestro país, si Cruz Roja comienza su andadura sobre 1859, hay que esperar al final de la Segunda Guerra Mundial para el nacimiento de las ONGD cristianas como *Christian Aid* y *CARE (Cooperative for American Remittances to Europe)* en 1945, *World Vision* en 1950, al tiempo que crece la acción de otras aparecidas algunos años antes como *Save the Children* (1932), *OXFAM* (1942). El siguiente periodo de impulso de las ONGD será la década de los setenta. A medio camino aparece Amnistía Internacional (1961), *Survival* (1969) y después durante esa década surgen *Ayuda en Acción* (1979), *Human Rights Watch* y *Greenpeace* (1971).

Las primeras organizaciones dedicadas a la cooperación en España (Gómez Gil, 2005) son: Caritas en 1942, Asociación Misionera Seglar en 1947, Federación Española de Religiosos de la Enseñanza en 1956, Intermón en la misma fecha, aunque esta organización no se convertirá oficialmente en Intermón hasta 1982 y tardará otros cuatro años más en ser una organización independiente y laica y la Obra de Cooperación Apostólica Seglar Hispanoamericana un año



después, en 1957. La única organización no confesional, ni de orientación misionera, aparte de la Cruz Roja, durante ese periodo será IEPALA, creada en 1958.

A partir de finales de los 50, España participa en el entramado de organismos internacionales que tendrán un papel relevante en la configuración de los discursos sobre el desarrollo, los enfoques económicos y la interpretación de la desigualdad internacional. En 1958 entra en el Banco Mundial y el FMI; al mismo tiempo, se crean la Asociación de Amigos de Naciones Unidas, el Comité Español de UNICEF creado en 1961 y la Sociedad Internacional de Desarrollo de 1966.

Ya en la década de los 60, surgen nuevas organizaciones -laicas y católicas -con una orientación más moderna fruto, entre otras cosas, de la apertura de la Iglesia que hemos mencionado. En este contexto, aparece Médicos Mundi en 1963 y Manos Unidas un año antes, que se refundará ya a finales de la siguiente década en 1979 para independizarse de la Conferencia Episcopal y dotarse de personalidad jurídica propia (González Parada,1995).

El panorama cambiará de forma radical en los ochenta, un poco antes se fundan institutos de investigación, como CIDOB y CIPIE, y llegan versiones españolas de organizaciones internacionales que abrirán el camino a la modernización y expansión definitiva de las ONGD, como la implantación en España de Ayuda en Acción, perteneciente a la federación internacional *Action Aid*.



**Figura 39 Álbum infantil.**  
**Secretariados de la**  
**caridad (Década 50)**

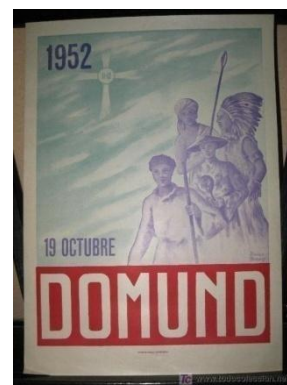
Antes de continuar con el recorrido y ocuparnos del periodo moderno de las ONGD, repasaremos algunas manifestaciones publicitarias típicas del franquismo a través de las cuales se realizaban la captación de fondos y las tareas de sensibilización, entonces llamada propaganda a favor de los pobres y las misiones. Uno de los instrumentos habituales era la organización de eventos, sobre todo, los que pudiesen incluir una dimensión de ocio. Éstos constituían una oportunidad para crear comunidad y compartir activamente valores y tener la ocasión de actuarlos. Tómbolas, rifas, comidas, bailes, eventos deportivos y taurinos, eran los medios más generalizados durante los años 50. Los objetos de

venta, también eran un buen soporte para la obtención de fondos. Por ejemplo, en la imagen se reproduce un álbum infantil de la colección deportiva a beneficio de los Secretariados de Caridad de España (Figura 39), en el que se puede ver una representación propia de la imagería religiosa: un ángel feminizado sosteniendo a un niño—imagen que redunda en el papel de las mujeres en las tareas de cuidado.

Entre todas las propuestas, quizá la acción comunicativa y recaudatoria paradigmática en estas décadas es el Domund (Domingo Mundial o Jornada Mundial de las Misiones). Esta iniciativa creada en 1943 por las Obras Misionales Pontificias ha influido notablemente en los imaginarios tanto pasados como actuales, no sólo con respecto a la solidaridad, sino también acerca de la diversidad cultural.

El Domund fue inicialmente un día en el que la Iglesia, a través de las parroquias y los colegios, realizaba cuestaciones por las calles, como hacen ahora las ONGD, utilizando también equipos de jóvenes que trabajan en lugares concurridos, conversando con los viandantes y solicitándoles sus datos, incluidos los bancarios, para conseguir donantes y socios.

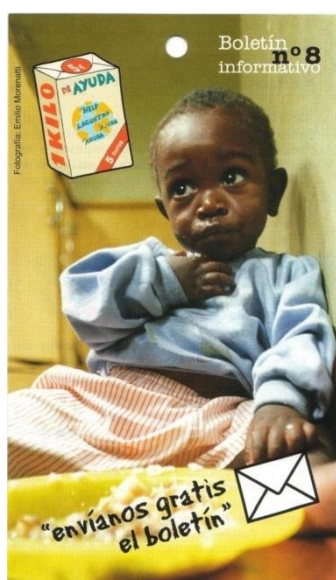
Con el paso de los años, el Domund se convirtió en toda una institución simbólica, cada año la iglesia lanzaba una campaña a favor de las misiones, con una clara orientación paternalista, colonial y patriarcal, dirigida a unos países que además de necesitar todo tipo de ayuda material eran objeto de evangelización. Los discursos sobre la salvación del mundo a través de



**Figura 40 Domund (1952)**



**Figura 41 Banderín, (Década 60)**



**Figura 42 IUVE (2006)**

la evangelización, conviven con la representación de los misioneros (varones blancos jóvenes) y la de los sujetos de distintas razas —nunca blancas— a los que tienen la obligación de evangelizar (indios, asiáticos y africanos) (Figura

40). Los imaginarios de estas campañas estaban sometidos a un férreo régimen de racialización, es decir, construir evidencias sobre los “otros culturales” cuyas representaciones recogían componentes básicos del estereotipo más estilizado: rasgos faciales, color de piel, vestido, gestos, posiciones, etc.

Estos códigos representacionales son comunes a otras organizaciones de la época. En el banderín de Cáritas de los sesenta para el Día de la Caridad (Figura 41), vemos un boceto de las

conocidas fotografías de los niños pobres “apadrinables” a través de la estilización del gesto de aquel que da lástima: un niño, vestido con ropas “primitivas”, que muestra los bolsillos vacíos como índice de pobreza y una lágrima dibujada en su rostro –sobredimensionado- que condensa y despliega toda la narración sobre la necesidad y la asistencia compasiva. El boceto ha sido reproducido de forma constante desde entonces en muchas de las fotografías de la publicidad de apadrinamiento (Figura 42), como la que acompaña al banderín que pertenece a un cupón que se puede adquirir en las cajas de las grandes superficies, sustituyendo al kilo de

comida que en otras épocas las iglesias recogían para los comedores populares.



**Figura 43 Domund (Década 80)**

Junto con la variedad cultural y racial había en los discursos solidarios de la década una constante referencia a la juventud -“Pueblos jóvenes, iglesias jóvenes”-. De hecho, en los 80, una gran parte de la labor de sensibilización sobre la actividad misionera se dirige a los jóvenes (Infancia y Juventud misionera) (Figura 43). Los textos publicitarios adaptaron sus códigos estéticos, mediante el empleo de dibujos de estilo infantil y la utilización de nuevos soportes como las pegatinas. Esta

especial atención a la juventud es uno de los rasgos que ha heredado el discurso solidario. La imagen de los voluntarios fue a lo largo de la década de los 90 la de sujetos jóvenes<sup>299</sup> (Figura 44). Incluso al frente de la Secretaría de Cooperación Internacional del primer gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero estuvo Leyre Pajín, una mujer que encajaba en el ideal de la juventud solidaria. Esta imagen del voluntariado hoy parece haberse diversificado ya que incluye a otros estratos sociales como las personas jubiladas.

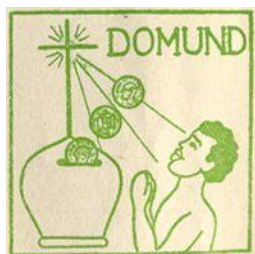
Estuviesen o no dirigidos a los jóvenes, los textos del Domund se caracterizaron, como la mayor parte de publicidad de origen religioso, por no requerir una legitimación explícita ni de su discurso, ni de su autoridad discursiva, como parte de su estrategia textual. La institución que los sustentaba en aquel momento, la iglesia católica, su voz enunciativa, era lo suficientemente sólida e incontestable como para no tener que argumentar de forma directa el porqué debían apoyarle los destinatarios. Una ventaja de la que no han gozado, como

<sup>299</sup> El voluntario no fue una opción sólo del y la joven comprometidos, también lo ha sido del que buscaba trabajo y a falta de un puesto realizada voluntariado o prácticas en estos nuevos “nichos” de empleo en espera de su oportunidad. Una situación que ha afectado y sigue afectado sobre manera a las mujeres.

veremos, las ONGD que han debido trabajar de forma constante sobre las relaciones de confianza con los destinatarios.

Los mensajes del Domund y de entidades afines eran lanzados como máximas, lemas con una fuerte carga moral, la transmisión de valores en sus textos adquiría la fuerza del mandato que implica su pertenencia a una doctrina. Los valores sobre la caridad, la beneficencia y la compasión estaban totalmente imbricados con la doctrina religiosa católica y era desde esa posición enunciativa desde la que sus discursos adquirían credibilidad y legitimidad. Y en el hacer performativo de estos discursos, la propia Iglesia encuentra su legitimación. En estos textos no aparece una apelación explícita a argumentos que persuadiesen para colaborar; son otros los lugares donde se realiza ese trabajo persuasivo y donde se sientan las bases de los discursos compartidos acerca de la pobreza, la necesidad y el deber de atención, por ejemplo, los púlpitos, las organizaciones cívicas, juveniles, sindicales, por supuesto, casi todas ellas vinculadas además al régimen franquista.

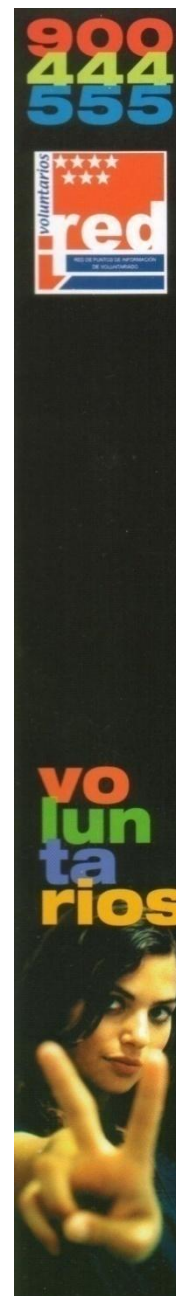
Durante estas décadas, en los años 50 y 60, son habituales los discursos que establecen una conexión directa entre el deber de ser creyente y respetar la fe y el de dar dinero a la Iglesia para las misiones. Aunque lejos del modelo de discurso del desarrollo o de las ONGD actuales, existe un “tono” en el discurso de este periodo que encuentra bastantes similitudes con el que



**Figura 45 Fragmento Domund (1950)**

después adoptarán las ONGD. Hay aspectos radicalmente diferentes, o quizá no tanto. Por ejemplo, el referente cambia ya que más que salvar la vida del necesitado aportándole alimentación o cuidado sanitario, lo que se antepone, en ese momento, es la salvación del alma de los necesitados y correlativamente, la del donante –un rasgo que tiene un claro paralelo en la publicidad de

las posteriores ONGD. Acompañando a la imagen del indígena que reza frente a la hucha (Figura 45) aparece el siguiente texto: “En el mundo hay 1.400 millones de seres humanos sin bautizar. Si mueren así, no pueden ir al cielo”. De nuevo, en paralelo con el discurso de las ONGD, el del Domund describe al destinatario como un sujeto competente para otorgar la salvación a los otros, a quienes se sitúa en peligro de muerte y, con ello, se predica su pasividad y dependencia. Como sucederá



**Figura 44 Red de puntos de información de voluntariado de la Comunidad de Madrid.**



con las ONGD, esta acción salvadora precisa de intermediarios, los misioneros que necesitan la limosna y la oración del destinatario, al que se le advierte: “Contribuye a la obra misional y Dios te devolverá ciento por uno.” Las ONGD no podrán prometer la salvación del alma, ni el apoyo de Dios, pero sí continuarán esta línea del argumento que compagina o armoniza la acción altruista y desinteresada con la obtención del beneficio, en forma de recompensa moral, afectiva e incluso económica.

Otro de los aspectos que nunca desaparece de los textos del Domund es la conciencia de que no sólo están destinados a la recaudación de fondos, sino también a la difusión de ideas, su finalidad es la expresión colectiva de creencias, que gracias a este ritual aumentan su capacidad performativa, “¿Crees en Jesucristo?” (Figura 46), preguntaban en 1978. Presuponiendo la respuesta del destinatario, se propone: “Anúncialo”. Veremos



**Figura 46 Campaña Domund (1978)**

más adelante cómo en la tópica sentimentalista se rescata la importancia de la difusión de la palabra, del contagio de valores y emociones a través de la comunicación, que conecta fácilmente con este mandato evangelizador y cuya descripción también pudimos leer en el fragmento de prensa sobre la fiesta de la Caridad celebrada un siglo antes, en 1878.

Otro referente de la época es Caritas, organización católica que desde la postguerra desarrolla proyectos tanto de asistencia social en el territorio nacional, como de cooperación



**Figura 47 Cáritas (1972)**

internacional. Caritas es hoy una de las organizaciones que más fondos gestiona en España. En el periodo al que nos estamos refiriendo, Caritas sigue en parte una línea similar a la de Domund, ya que en muchos de sus textos de sensibilización recurre a lemas sacados de los textos evangélicos: “Amaos los unos a los otros como yo os he amado”, “Dad y se os dará” (Figura 47).

Sin embargo, observando sus materiales destacan dos tendencias discursivas dispares y alejadas de la norma religiosa impuesta durante toda la etapa franquista. La primera tendencia es la presencia de la “Justicia” que en esta organización se mantiene hasta nuestros días. La justicia era un referente que, por aquél entonces, podía incluirse de forma, hasta cierto punto, no problemática

en carteles y folletos porque la justicia formaba parte de los discursos religiosos, sobre todo, los que se derivan del Concilio Vaticano II y más aún, los que provienen de la Iglesia latinoamericana, menos oficialista. Queremos hacer hincapié en la presencia de la Justicia porque, como hemos dicho, es una consigna, que irá desapareciendo de este campo de discursos cuando se produce la transformación hacia la formación discursiva solidaria más actual. Pocas organizaciones han mantenido en su discurso la referencia a la justicia y Cáritas, ligándola a su concepción cristiana, ha hecho de ésta su lema desde hace décadas: “Trabajamos por la justicia”.

Además para Caritas, en la década de los 70 no se trata de apelar a la justicia en abstracto, sino de ligar el discurso religioso con el discurso político y social de la coyuntura en que se está viviendo (“¿Reconciliación? Ser justo y fraterno con todos”, Figura 48).

Otro aspecto importante, que hemos mencionado con anterioridad, es que todavía durante los años 60 y 70 existe un espacio para hablar del compromiso, el trabajo y el esfuerzo que este tipo de acciones requiere por parte de los destinatarios y que, cuando la solidaridad se adapta definitivamente a los valores capitalistas de mercado, experimentará un desplazamiento hacia lo que Lipovetsky (2000) denominó “altruismo indoloro”, un cambio que por supuesto queda reflejado en los discursos publicitarios<sup>300</sup>.



Figura 48 Cáritas (1974)

<sup>300</sup> “Las lecciones intransigentes de la moral han abandonado el espacio público y privado, el imperativo maximalista del corazón puro, las llamadas a la devoción absoluta, el ideal hiperbólico de vivir para el prójimo, todas esas exhortaciones han dejado de tener resonancia colectiva; en todas partes reina la desvitalización de la forma-deber, el debilitamiento de la norma moral infinita características de las nuevas democracias.” (Lipovetsky, 2000:128) “A través de la efervescencia caritativa y humanitaria, lo que actúa una vez más es el eclipse del deber; bajo los viejos hábitos de la moral se organiza en realidad el funcionamiento postmoralista de nuestras sociedades. Lo que con muy poca precisión se llama el “regreso de la moral” no hace sino precipitar la salida de la época moralista de las democracias instituyendo una “moral sin obligación ni sanción” acorde con las aspiraciones de masas de las democracias individualistas y hedonistas (Lipovetsky, 2000:129). Este autor, desde una perspectiva, en nuestra opinión, maximalista declara: “el individualismo no destruye la preocupación ética, genera en lo más profundo un altruismo *indoloro* de masas.” (Lipovetsky, 2000: 133)

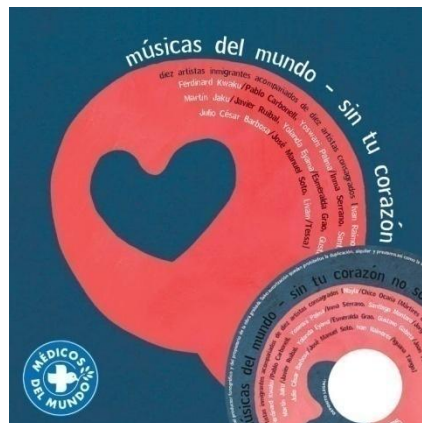
En relación a este altruismo indoloro y a la lógica narcisista, se incluye en las estrategias discursivas publicitarias un constante reclamo al corazón. Esta estrategia traduce el sentimentalismo que se encuentra a medio camino entre la beneficencia, la caridad tradicional y la solidaridad “mercantilizada” posterior. El discurso sobre el corazón y los sentimientos adquiere su pleno desarrollo, como hemos visto, en la estructura de sentimientos narcisista.



**Figura 49 Cáritas (1960)**



**Figura 50 Cáritas (1980)**



**Figura 51 Disco Músicas del mundo, Médicos del mundo (2004) "Sin tu corazón no somos nada"**

No obstante, el recurso del corazón como reducto del verdadero carácter de los destinatarios y como lugar en el que se depositan no sólo sentimientos, sino creencias y valores, no siempre sirve a la misma estrategia. En el caso del corazón del cartel de la década de los 60 (Figura 49), éste está interpretado como el espacio de la esencia humana que se adecua a los designios del dios católico; mientras que el corazón del cartel de 1980 (Figura 50), por el que han pasado veinte años, algo que se deja sentir en el diseño gráfico del cartel, descubrimos un corazón marcado por la indiferencia, que provoca que la esencia humana ya no sea accesible tan fácilmente ni sea específicamente religiosa.

La imagen del corazón es una constante en el discurso de las ONGD (Figura 51) y es un topos articulador para el sentimentalismo. Por norma general, los símbolos que emplean las organizaciones durante estos años, y aún hoy, para llamar la atención de los destinatarios y suscitar su generosidad están fuertemente convencionalizados y en su mayoría provienen de la imaginería católica. Las palomas de la paz, los corazones (Figura 52), las manos, las semillas o los granos de trigo, sin olvidar las representaciones más o menos convencionales de los necesitados.



Figura 52 Amnistía Internacional (2008)<sup>301</sup>

La larga trayectoria y continuidad de las campañas de organizaciones como Cáritas y Manos

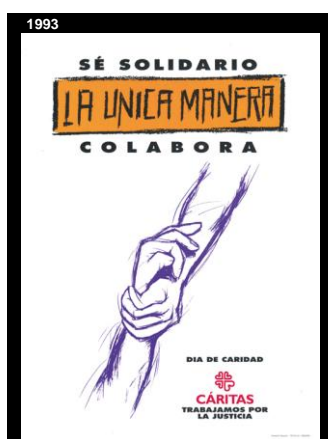


Figura 53 Cáritas (1980)

Unidas son un buen ejemplo a través del cual se puede observar la evolución de argumentos como los expuestos, así como la aparición de valores centrales de la formación discursiva, por ejemplo, la propia solidaridad. Aunque el término solidaridad aparece por vez primera en las campañas de Cáritas en 1969, mencionando la Cuaresma de la Solidaridad y después en 1983<sup>302</sup> se habla de la solidaridad como valor que se comprende por sí solo como “la única energía que puede transformar el mundo”, no es hasta mediados de los 90 cuando aparece como un reclamo habitual en la publicidad de esta organización. Si las campañas de mediados de los ochenta llaman a la participación,

del 93 en adelante nos proponen: “se solidario” que define, como también lo hizo en el 83,

<sup>301</sup> Campaña sobre el legado solidario. “No permitas que tus ideas se apaguen. En tu corazón hay solidaridad. Hay coraje para luchar contra la injusticia. Hay valor para enfrentarte a quienes violan los derechos humanos. Y sin duda hay también un deseo de que tus ideales no desaparezcan jamás, aunque tú ya no estés. Desde Amnistía Internacional queremos ofrecerte la posibilidad de que cuando tu voz calle, tu corazón pueda seguir hablando a favor de la lucha contra la tortura y la pena de muerte. ¿Cómo? Como tantos amigos y amigas que han decidido seguir trabajando siempre por la justicia y la libertad.”

<sup>302</sup> En 1984, el Diccionario de la Real Academia Española recoge cambios en la definición de la solidaridad, explicando que se trata de un concepto ya sostenido por la disciplina sociológica: “En sociología, característica de la sociabilidad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a la cooperación con ellos”. El solidario será quien está “ligado a otro por una comunidad de intereses y responsabilidades” (Citado en Balta et al, 2006). Con el tiempo su extensión y difusión en el discurso público hará que desaparezca la mención a la sociología y el término se sustente por sí mismo como adhesión circunstancial a la causa o a la empresa de otros” (Vigésima segunda edición del Diccionario RAE, 2001).



como la “única manera” de ayudar (Figura 53), en consonancia con la posición hegemónica que la formación discursiva va adquiriendo.

A partir de ahí, se pregunta: ¿eres solidario? (1995) y se conmina: sólo eres solidario si compartes (1994); se solidario, cumple (1997); la solidaridad da sentido a tu vida. Practícala (1998); Tu solidaridad es su voz (1999). En el caso de Manos Unidas la solidaridad aparece en 1992 (Figura 54) y como pasa en el caso de Cáritas ya la encontramos como una consigna que se explica y argumenta a sí misma.

A lo largo de estas décadas que transcurren desde los años 50 hasta finales de los 80, la creatividad publicitaria, tal y como hoy la entendemos, no será un recurso valioso en la producción de textos de sensibilización, cuyas imágenes y lemas, como hemos visto, utilizan con profusión los referentes religiosos. El tipo de lenguaje y las estrategias

publicitarias propias de la comunicación comercial se irán empleando, pero aún tímidamente. Antes de que éstas se incorporen plenamente en los 90 al discurso solidario, nos ocuparemos de otro de sus referentes discursivos básicos: el fotoperiodismo.

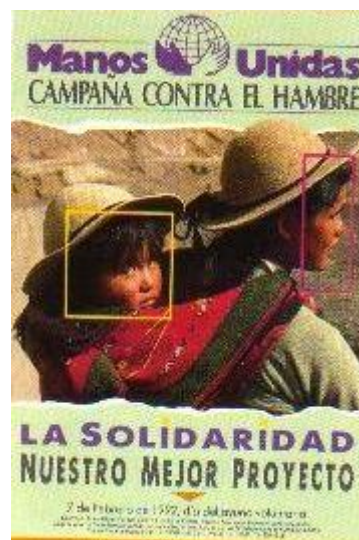


Figura 54 Manos Unidas (1992)

## 5.3 Pornografía de las desgracias (1970-1990). La herencia del fotoperiodismo

“La tautología dispensa de tener ideas pero al mismo tiempo se agranda e intenta hacer de esa licencia una dura ley moral; de allí proviene su éxito: la pereza es promovida al rango de rigor (Barthes, 1997:100).

En el breve recorrido histórico de las ONGD que hace Baiges para Intermón se data la aparición de la representación más tópica en el discurso de las ONGD en 1971, durante la guerra de Biafra. Este hecho también marca la aparición de una de las ONGD modernas más importantes: Médicos Sin Fronteras. Dice Baiges: “Las primeras imágenes de niños negros famélicos, agonizando sin comida ni bebida y sin fuerzas para espantar las moscas que acechan sus rostros, nos llegaron entonces” (Baiges, 2002:23). Si bien hemos visto que esta representación icónica ya aparecía en los textos del Domund, por ejemplo, lo cierto es que la

fotografía introduce otros elementos hasta entonces desconocidos: inmediatez, urgencia, verosimilitud, distancia próxima a los destinatarios, etc.

El sustrato de memoria de la formación discursiva de la solidaridad más reciente está relacionado con el periodismo y, más concretamente, con el género del fotoperiodismo, que ha sido un instrumento indispensable en la conformación de la competencia interpretativa<sup>303</sup> de los espectadores ante el sufrimiento asociado al espacio solidario de las ONGD. Los códigos estéticos de las figuras más importantes del fotoperiodismo<sup>304</sup> como Cappa, Eugene Smith, David (Chim) Seymour o Alfred Eisenstaedt, vinculados a la agencia Magnun, serán utilizados posteriormente en la publicidad de las ONG; ellos establecen lo que Benthall denomina realismo compasivo (Benthall, 1995:178). Las ONG y las agencias humanitarias encontraron en el periodismo y en este tipo de cobertura parte de su soporte, ya que ambos espacios de producción discursiva conviven y se complementan desde entonces. Por ejemplo, los textos mediáticos<sup>305</sup> sirven de argumentación y facilitan narraciones más elaboradas a las que después recurrirá la publicidad de sensibilización y captación de recursos, como tendremos ocasión de comprobar.

Creemos que la aportación del fotoperiodismo a la formación discursiva de la solidaridad puede resumirse en los siguientes aspectos:

- ⊗ la cristalización de un régimen representacional para el sufrimiento ajeno y lejano (en el espacio físico, político y moral);
- ⊗ el proceso de estatización al que se somete la fotografía de lo trágico;
- ⊗ la combinación de las estrategias discursivas de “presentación”<sup>306</sup> y “mostración”<sup>307</sup> del sufrimiento de los seres humanos que facilitan la emergencia del lugar discursivo de la “víctima humanitaria” y

---

<sup>303</sup> La competencia comunicativa es “la capacidad de producir/interpretar expresiones lingüísticas de forma razonable y contextualizada, que supone el conocimiento implícito de normas psicológicas, culturales y sociales” (Hymes en Abril, 2007: 25).

<sup>304</sup> El realismo de la primera línea llegó con las cámaras ligeras y las exposiciones múltiples, que se estrenó en la Guerra Civil española. (Sontag, 2003:31).

<sup>305</sup> Precisamente, la inserción de las imágenes del fotoperiodismo de mágnun en discursos mediáticos no siempre fue bien acogida por los fotógrafos fundadores de este movimiento. Eugene Smith fue uno de los que rompió su colaboración con Life por discrepancias acerca de cómo eran interpretadas sus fotografías mediante los textos y pies de foto.

<sup>306</sup> Según Schaeffer la presentación es una estrategia propia del retrato y el paisaje, un mecanismo habitual de las postales, que pretende conseguir la transparencia del signo que, supuestamente, se esconde detrás de la plenitud de la cosa (Schaeffer, 1990:101). Consiste en un mecanismo de naturalización que cortocircuita las conexiones adquiriendo o aumentando su estatuto auto-referencial.

<sup>307</sup> Igual que la presentación esta estrategia predica la transparencia del signo, pero frente a ella la mostración tiene como universo de referencia ya no las entidades sino estados de hecho, sin embargo, estos no tienen carácter narrativo. La mostración rechaza la dimensión narrativa, según Schaeffer (1990:101-102), a favor de la organización icónica que funciona como una epifanía, la construcción de

© la hegemonía de un régimen enunciacional que sostiene valores de autenticidad y vínculos intersubjetivos mediante el recurso del testimonio<sup>308</sup> estetizado.

Los fotoperiodistas son los testigos contemporáneos de los desastres y las guerras, aquellos que abren el camino para que penetre el sufrimiento lejano en los espacios cotidianos de los sujetos afortunados, felices y privilegiados<sup>309</sup>. Susan Sontag (2003) explica que “ser espectador de calamidades que tienen lugar en otro país es una experiencia intrínseca de la modernidad, la ofrenda acumulativa de más de siglo y medio de actividad de esos turistas especializados y profesionales llamados periodistas. Las guerras son ahora también las vistas y sonidos de las salas de estar”.

Estas imágenes no son testimonios “mudos” del sufrimiento que provocan las guerras contemporáneas, ni pueden leerse sólo como colecciones de imágenes de víctimas, sino que constituyen la expresión de un tiempo de cambio: la representación de un modelo –hasta entonces desconocido- de víctima(s) inscrito en el espacio emergente de “lo humanitario”.

Como modo de representación, las imágenes a las que nos referimos forman parte de un régimen de visualidad<sup>310</sup> y visibilidad<sup>311</sup> que se ha sofisticado e institucionalizado a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y comienzos del siglo XXI. Mencionamos más arriba cómo tras el periodo de las guerras mundiales la representación de las víctimas militares va desapareciendo y en su lugar emerge un nuevo concepto e imaginario de la víctima: la víctima civil humanitaria. Mesnard (2004) analiza los efectos de este cambio de paradigma y la relación

---

un instante. El instante decisivo, según lo propuso Bergson, es el momento revelador de una secuencia, la manifestación plena del acontecimiento, el clímax.

<sup>308</sup> “El testimonio fotográfico es un género periodístico: se define por la inserción de la imagen en una narración que pretende ser verídica y que, a menudo, está unida a tomas de posición ideológicas o éticas”. En este género el discurso se presenta como obligado por la imagen a decir la verdad” (Schaeffer, 1990:104). El testimonio, como estrategia comunicacional de la fotografía, está orientado a la tematización de los estados de hecho y depende de extrapolaciones de orden narrativo. Para construir un testimonio, la imagen se inserta en una secuencia de acontecimientos, si bien en ellos predomina la espacialidad antes que la temporalidad, operando al modo de los cronotopos. En los testimonios fotográficos la dimensión temporal está ligada a la integración de un campo casi perceptivo, por consiguiente a consideraciones espaciales de las que no se cuestiona si un suceso ha tenido lugar en un tiempo determinado, sino si resulta verosímil que haya sucedido algo como lo mostrado (Schaeffer, 1990: 99).

<sup>309</sup> “Photojournalists were mainly responsible for disseminationg such images until television took over much their role. (...)It is true that virtually all appeals for charity until the 1980s tended to picture helpless, passive victims and heroic saviours. Virtually all imagery of disasters in “distant lands” was (by present-day standars) patronizing to the victims” (Benthall, 1995:178).

<sup>310</sup> La visualidad es un término que remite a la visión en cuanto experiencia visual socializada, dado que la relación entre el sujeto y el mundo está siempre mediada por discursos, redes significantes, intereses, deseos y relaciones sociales (Abril, 2007).

<sup>311</sup> “La visibilidad es una expresión metafórica para la presencia en la arena pública, pero al mismo tiempo designa muy directamente una forma de praxis política que pasa por la representación efectiva en imágenes visuales” (Abril, 2007:40).

existente entre la víctima, lo humanitario y los conflictos de bélicos<sup>312</sup>. Según el autor, una vez consensuado el paradigma humanitario y establecido el reconocimiento común del estatuto de las víctimas, los sujetos considerados dentro de esta categoría no han dejado de crecer (Mesnard, 2004:92). A medida que las víctimas civiles se hacen visibles, las guerras se dejan ver menos y las víctimas militares desaparecen casi por completo, un proceso que ha durado menos de un siglo y que, además está íntimamente relacionado con la aparición y proliferación de las guerras humanitarias, el derecho de injerencia y los ejércitos solidarios<sup>313</sup>.

Esta hipervisibilidad de las víctimas civiles responde a dos fenómenos, según Mesnard. El primero es que las víctimas militares cada vez son menos numerosas y, por eso, si tiene que iniciarse una guerra por motivos humanitarios tendrá que ser con el objetivo más amplio y moralmente aceptado de proteger o liberar a la población. Esto convierte a las víctimas civiles en un nuevo botín de guerra, que implica, al menos, una remuneración simbólica. La segunda razón, que explica esta hipervisibilidad son las estrategias empleadas por el fotoperiodismo a través de las cuales se producen representaciones estereotipadas y caracterizadas por una fuerte estetización.

La representación de las víctimas civiles es el eje articulador de la visibilidad de la guerra actual que se funde con el paradigma de lo humanitario modificando, en palabras de Mesnard, la realidad cognitiva de la guerra, porque le resta sentido, le impide insertarse en un relato que

<sup>312</sup> Según la hipótesis de Mesnard, la visibilidad del planeta a través de las víctimas de violencia ha asumido progresivamente una legibilidad humanitaria, dado que lo humanitario constituye un cuadro de referencia omnipresente, a través del cual se reclama una moral pública, comprendida como moral del sentido común y portadora de los valores dominantes de los derechos del hombre (Mesnard, 2004:57).

<sup>313</sup>

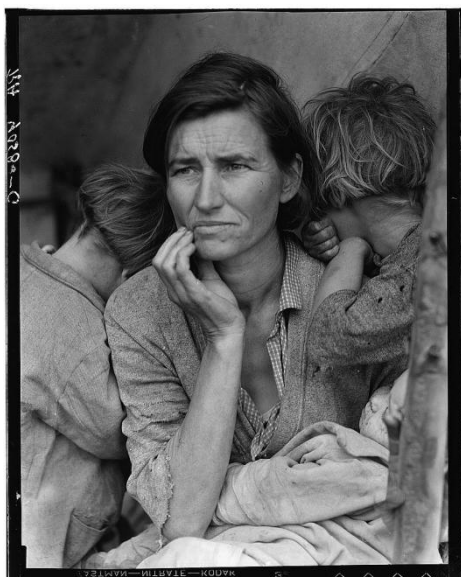


En España ya desde hace más de una década se viene trabajando discursivamente la imagen del ejército solidario. Las campañas se han centrado en las misiones de paz, incluyendo códigos estéticos y representaciones propias de la publicidad de las ONGD. No por conocido, deja de sorprender la utilización que de ellos hace el Ministerio de Defensa. Quizá su versión más acabada coincidiese con la celebración de los 30 años de la primera misión de cooperación internacional del ejército español, una tarea calificada de “gran logro” y “camino correcto”.

Para esa campaña de 2007, se lanzaron dos spots televisivos que incluían, además de imágenes estereotipadas de los necesitados, los siguientes textos: “trabaja por la paz, trabaja contra la injusticia, trabaja por la seguridad, únete a las fuerzas armadas, únete a unos profesionales comprometidos con la paz en el mundo” y “en tus manos está su futuro y el tuyo. Únete a las fuerzas armadas, por tu futuro, por el de todos”.

posibilite su enjuiciamiento. En nuestra perspectiva, estas nuevas víctimas restan espesor a la representación, y terminan convirtiéndose en consignas que sirven como justificación de un orden violento e injusto. De su configuración participa el fotoperiodismo, y de ahí nuestro interés.

Los fotógrafos de Magnum, y aquellos otros que siguieron sus pasos, personalizan el estereotipo del profesional aventurero y comprometido que viaja para dar testimonio sobre el



**Figura 55** Migrant mother de Dorotea Lange (1936)

mundo, un mundo injusto que ya no puede ser ocultado; una tarea afín a la que luego se unirán de diversas maneras los “expertos cooperantes”. Son profesionales ligados además a las lógicas mediáticas que promueven una estética del dolor, que hunde sus raíces en la iconografía judeo-cristiana. Una de las primeras imágenes y más conocidas de este tipo de fotoperidismo que retrata la tragedia de las víctimas es “Migrant Mother” de Dorotea Lange, tomada en 1936 en Nipomo, California (Figura 55). Para Mesnard (2004:29), ésta sería la primera de las futuras *mater dolorosa*, si no fuese porque su rostro expresa dignidad y austeridad en lugar de una súplica sufriente (a

nuestro entender, en el retrato se ha captado además de fuerza y competencia, concentración en su tarea, es decir, su responsabilidad de amparar y subvenir a las necesidades de sus hijos). No obstante, marca una norma representacional con la que se relaciona la reduplicación performativa de las siguientes *Mater dolorosas* que nos encontramos en la publicidad de las ONGD de las que reproducimos varios fragmentos (Figura 56, Figura 57, Figura 58 y Figura 59).



**Figura 56** Fragmento Amnistía Internacional (2002)



**Figura 57** Fragmento Manos Unidas (2000)



**Figura 58** ACNUR (2004)



**Figura 59** Fragmento CEAR(2004)



Sin embargo, la narración de la propia Lange sobre la toma de la fotografía nos sitúa frente a alguno de los conflictos principales en relación a estas representaciones y reduce la distancia entre ellas. ¿Estamos ante textos que permiten hablar a los retratados? ¿Qué historia se está contando en ellos? ¿La necesidad de exponerse es expresión de la desigualdad? Lange cuenta: “Vi y me aproximé a la hambrienta y desesperada madre, como si fuese atraída por un imán. No recuerdo cómo le expliqué mi presencia o la de mi cámara, pero recuerdo que ella no me hizo preguntas. Hice cinco tomas, trabajando cada vez más y más cerca desde la misma dirección. No le pregunté su nombre ni su historia. Me dijo su edad, que tenía 32 años. Me dijo que habían vivido de verduras congeladas que tomaban de los campos de alrededor, y de pájaros que mataban sus hijos. Me dijo que acababan de vender los neumáticos de su coche para comprar comida. Después se sentó, se apoyó con los niños acurrucados a su lado, y parecía saber que mis imágenes podrían ayudarla y me ayudó. Había una especie de igualdad entorno a ello.”<sup>314</sup> Parece que el retrato no ayudó a Florences Owen, la retratada, pero aunque en esta imagen podemos encontrar algunos aspectos propios de las representaciones de los excluidos como su silencio, su sobre-exposición y la mostración de su necesidad; también hay otros elementos que distancian este retrato de otros muchos que se darán posteriormente en la publicidad, como los fragmentos de anuncios reproducidos en esta página. Posiblemente, la mirada más allá del destinatario y la ocultación de los rostros de los niños, además de los rasgos étnicos, son claves en esta diferencia.

Tras la experiencia traumática de las guerras mundiales y del resto de conflictos de la época, como la guerra civil española, una parte de los fotoperiodistas vincula su trabajo con la tarea de reencontrar la humanidad a través de la fotografía, como lo expresó uno de los fundadores de la agencia Magnum George Rodger (Figura 60 y Figura 61).

Uno de estos modernos aventureros con ética fue Eugene Smith, promotor de la *fotografía humanitaria*<sup>315</sup> (Figura 62 y Figura 63). Smith defendía una función “humilde” de la fotografía, frente a aquellos que le conceden un poder exacerbado. Para él, “la fotografía es tan sólo una débil voz, pero a veces, tan sólo a veces, una o varias fotografías pueden llevar nuestros

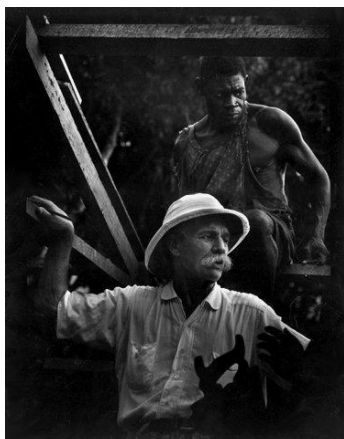
<sup>314</sup> Fuente: *Popular Photography*, Feb. 1960). Consultado en: [http://www.loc.gov/rr/print/list/128\\_migm.html](http://www.loc.gov/rr/print/list/128_migm.html)

<sup>315</sup> Hoy existen varios premios de fotografía humanitaria, uno de los cuales lo concede la Fundación Eugene Smith a trabajos que persiguen, como lo hacía Smith, encontrar el espíritu de la humanidad en contextos de injusticia, pobreza o tragedia extrema, como expresión de la capacidad del ser humano para superarse. Entre los galardonados con él figura Sebastiao Salgado. En España existe el Premio Luis Valtueña concedido por la ONG Médicos del Mundo. En el caso de este premio, el objetivo es captar imágenes de “la acción humanitaria, la cooperación internacional y/o la exclusión social, vulneración de los derechos humanos, los conflictos armados, desastres naturales, poblaciones refugiadas e inmigrantes, colectivos excluidos socialmente, etc. y/o reflejar los esfuerzos solidarios dirigidos a construir un mundo más justo e igualitario” ([http://www.zonaactiva.org/fotohumanitaria/index\\_espanol.html](http://www.zonaactiva.org/fotohumanitaria/index_espanol.html))

sentidos hacia la conciencia". La humanidad, dirá Smith, tiene más valor que una imagen de la humanidad que sólo sirve para su explotación.



**Figura 60 Eugene Smith, Deleitosa, España (1950)**<sup>316</sup>



**Figura 61 Eugene Smith, Albert Schweitzer, (1954)**<sup>317</sup>



**Figura 62 Werner Bischof, India, Provincia de Bihar (1951)**<sup>318</sup>

Aún así, él como algunos de sus compañeros, no renunciará a dejar constancia visual del sufrimiento, de lo trágico; estableciendo, al mismo tiempo, un compromiso con aquello que estaban fotografiando, manteniendo una postura política y procurando que, en sus imágenes,



**Figura 63 David Seymour, Campo de Refugiados, Viena (1948)**



**Figura 64 David Seymour, Extremadura, España (1936)**

el punto de vista de la producción e interpretación fuese también un aspecto visible.

Al igual de Lange, otros como Seymour ofrecen fotografías de "víctimas", sujetos que están sometidos por condiciones de injusticia, sin embargo su repertorio representacional aún no está sometido al férreo control y limitación que con el tiempo ha

definido el campo visual de lo humanitario o lo solidario. Un ejemplo es esta fotografía tomada

<sup>316</sup> La fotografía forma parte del reportaje publicado en Life en 1951 *"Spanish Village: It Lives in Ancient Poverty and Faith"*.

<sup>317</sup> La fotografía corresponde a un doctor que realizada ayuda humanitaria en Guinea Ecuatorial Francesa.

<sup>318</sup> Fotografía de un reportaje para Life que posteriormente será empleado en un poster de OXFAM.

por Seymour de un soldado republicano besando a su hijo (Figura 64), una representación de la paternidad prácticamente ausente del repertorio ofrecido por las ONGD en su publicidad en España. En el cuadro anterior, en tanto, veíamos una fotografía de una niña, del mismo autor, tomada en plano picado que se repetirá posteriormente como norma básica de toda la publicidad de apadrinamiento (Figura 65).

Ciertos elementos serán parte de los códigos estéticos repetidos desde entonces: el blanco y negro, el empleo de las luces y las sombras, la saturación lumínica, los primeros planos y la preferencia por el rostro o el plano medio, la temática, etc. Estos códigos visuales se adecuarán al género publicitario mientras otros serán impuestos por la tópica discursiva solidaria y el posicionamiento enunciativo que la regula, sobre todo, veremos cómo las estrategias de racialización se desplazan en relación al contexto socio-político contemporáneo en consonancia con el panorama que dibuja el fenómeno de la descolonización y el declive de las tensiones entre este y oeste. Es decir, serán otros los rasgos y paisajes de los sujetos necesitados y estaremos también ante otro tipo de cronotopos y de relaciones interlocutivas –éticas, políticas y estéticas–.

Los años 80 y el comienzo de los 90 constituyen un paso más en la sedimentación de la formación

discursiva solidaria. En estos años, tiene lugar por primera vez la retransmisión de conflictos que hasta ahora no habían alcanzado a la esfera pública global. La época de los desastres la inaugura, en 1984, la hambruna de Etiopía. En 1985 se retransmite la agonía en directo de Omayra sepultada por el volcán Nevado del Ruiz en Colombia (Figura 66) –ejemplo paradigmático de lo que será la singularización de la víctima–, que servirá de referente simbólico para las imágenes publicitarias (Figura 67). En 1991, se cuenta la emergencia humanitaria de Somalia y la Guerra del Golfo; un año después estalla el conflicto en la ex Yugoslavia y en 1994 se perpetra el genocidio en Ruanda y Burundi y los asesinatos en los campos de refugiados del Zaire.



**Figura 65 Fragmento Ayuda en Acción (2001)**





**Figura 66 Frank Fournie, Armero Colombia (1985)**

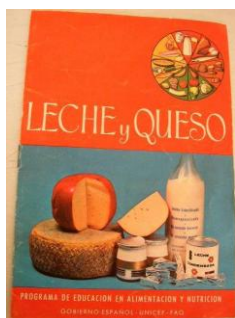


**Figura 67 Fragmento Unicef (1999)**

Mientras tanto, el movimiento solidario que se ha institucionalizado ya en otros países, llega a España, más o menos, con una década de retraso. Hasta el momento, al margen de la Iglesia, no existían apenas organizaciones que operasen en el ámbito de la acción social y la cooperación. Es importante no olvidar que a principios de los setenta, España aún forma parte de los países en vías de desarrollo y era receptor de las ayudas del Banco Mundial. No será hasta 1973 cuando abandone los programas de Ayuda Alimentaria<sup>319</sup> y en 1977 cuando, definitivamente, deje de recibir ayudas. A partir de 1981, España abandona la categoría de país en desarrollo.

La CONGDE se constituye en 1983 y en su fundación participan 11 asociaciones (Ayuda en Acción, Caritas, Consejo Interhospitalario de Cooperación, IEPALA, Intermón, Justicia y Paz, Manos Unidas, Médicos Mundi, Movimiento 0,7%) e invitadas estaban Cruz Roja y UNICEF. En los 80 llegan a España Ayuda en Acción, Paz y Cooperación (1982), Médicos sin Fronteras (1986) y Hermanos del Hombre (1988) (Baiges, 2002).

319



UNICEF desarrolló en este país un programa de ayuda alimentaria durante veinte años, desde 1954. Según Pilar Estébanez de la ayuda prestada por UNICEF “destacaron por su impacto social, los programas de nutrición aplicada o de educación nutricional llevados a cabo con la colaboración de la Sección Femenina, de la Dirección de Enseñanza Primaria, Acción Católica y el Ministerio de Sanidad”, que se prolongaron hasta 1970. “De ahora en adelante la labor de UNICEF en España se centraría en la recaudación de fondos para llevar a cabo proyectos en otros puntos del planeta, y en la divulgación de los problemas de la infancia” (López Zuriaga en Estébanez, 2005:110). En la imagen folleto del Programa de alimentación y nutrición del Gobierno Español, UNICEF y FAO.

Entre las organizaciones con mayor vitalidad comunicativa de esta época destaca UNICEF (Figura 68). De principios de los 70 son sus primeras campañas de recaudación de fondos, orientadas a proyectos en otros países. Una de las primeras estrategias empleadas por UNICEF es la de presuponer un destinatario desinteresado al que se pretende generar un sentimiento de culpabilidad por su indiferencia frente a los problemas de la desigualdad, un recurso común tanto antes como ahora. La organización opta por una voz autoritaria –y por tanto- autorizada que propone en el texto de su anuncio: “Repita en voz alta: no me importa el mundo de los niños. Seguro que le será

más difícil la primera vez...aún más difícil repetirlo una segunda.” Entre las diferencias que encontraremos con la publicidad de esta misma organización y de otras a comienzos del 2000 destaca una mejora de los recursos estilísticos, creativos y expresivos, la inclusión de la imagen como un instrumento retórico de primer orden y la desaparición del concepto de justicia a favor de la apelación a la solidaridad. “Contribuya a lograr un mundo más justo, haciéndose socio de UNICEF. UNICEF le pide ayuda en nombre de los niños que necesitan alimentarse, recibir atenciones sanitarias, educación, respeto y cariño. UNICEF con su colaboración pretende la protección integral de la infancia”, dice el anuncio reproducido aquí, empleando la fórmula gramatical de cortesía (usted), junto a un estilo más bien informativo y distante que hoy nos provoca extrañeza, ya que la tendencia ha sido a asumir el tú de la publicidad comercial que incrementa la complicidad entre el enunciador y el destinatario. Lo que resulta interesante de este texto es que mientras en la primera parte del anuncio se persigue la excitación sentimental de los destinatarios, en la segunda parte construye un espacio más distante y objetivizado, en el que la tensión emocional es mínima y se promueve una especie de decisión racional por parte de los públicos y una frontera con la que UNICEF se defiende de esa excitación.

**repita en voz alta:**

**no me importa  
el mundo  
de los niños**

**seguro que le será difícil la primera vez...  
aún más difícil repetirlo una segunda.**

UNICEF le pide ayuda en nombre de los niños que necesitan alimentarse, recibir atenciones sanitarias, educación, respeto y cariño.  
UNICEF con su colaboración pretende la protección integral de la infancia.

**contribuya a lograr un mundo más justo,  
haciéndose socio de UNICEF**

Si desea más información sobre Unicef,  
envíe este cupón al Apartado de Correos  
n.º 12 021, Madrid.

Nombre .....

Dirección .....

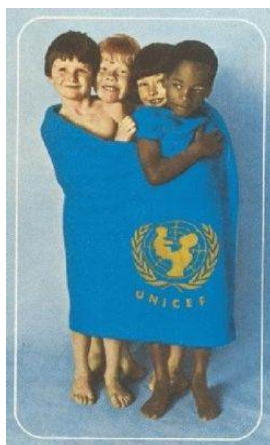
Población .....

Toda la publicidad de UNICEF es realizada gratuitamente.

**unicef**  
ASOCIACIÓN UNICEF ESPAÑA

Figura 68 UNICEF (Década 70)

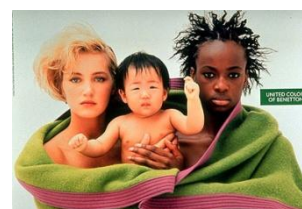
Desde finales de los años 80 y toda la década de los 90 cristalizan los códigos representacionales, estilos enunciacionales y retóricos que van a caracterizar el discurso “solidario” en España. Sin embargo, el control emocional no ha sido la estrategia que ha primado, ni en el caso de UNICEF, ni en el de la mayoría de las ONGD. En su lugar, se ha optado por la incorporación de códigos y estrategias de la publicidad comercial, especialmente, una lógica de estetización que se ha aplicado tanto a las imágenes miserabilistas como a otras más “amables” y eufóricas. La adecuación a los códigos publicitarios ha convivido con la línea representacional abierta por los fotógrafos de Magnum,



**Figura 69 Calendario UNICEF (1982)**



**Figura 70 Benetton (Década 80)**



propiciando un estilo híbrido, reconocible en la publicidad de las ONGD. Un ejemplo de este estilo es la imagen del calendario de UNICEF de 1982 (Figura 69), una fotografía en color que apuesta por la representación de una infancia multicultural no problemática. Esta imagen guarda relación con los textos creados por Oliverio Toscani para Benetton a partir de esa misma fecha<sup>320</sup> (Figura 70) y que han conformado un estilo reconocible y particular, empleado en multitud de ocasiones como parte del discurso solidario de relación con los otros.

Esta es otra tendencia fundamental para nuestro análisis: la estetización festiva de los otros y la representación de la raza como un asunto vinculado a los estilos de vida y a elección consumidora, más que como una cuestión de relaciones de poder y desigualdad. Esta tendencia no sólo atañe a la dimensión racial, que es de la que nos ocuparemos principalmente, sino que será un recurso predicado en la representación de otro tipo de identidades y contextos sociales, como por ejemplo, la sexualidad. Según observamos en los anuncios de Benetton, de nuevo la manta sirve como metáfora a través de la cual figurativizar no sólo el cuidado y la protección sino los vínculos entre lo diferente. En esta exaltación de lo multicultural se intenta marcar la diferencia por sobre-representación, es decir, mediante la

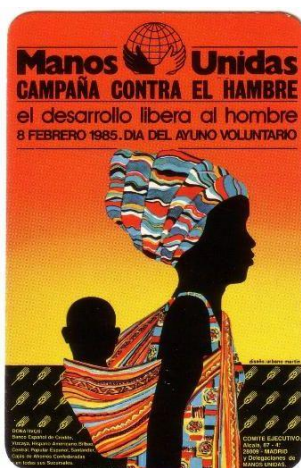
<sup>320</sup> No hemos podido confirmar si dicha foto fue realizada por el propio Toscani, aunque no cabe duda de que su estilo es muy similar al del fotógrafo italiano. Hemos trabajado sobre la conexión entre el estilo Benetton y la formación discursiva de la solidaridad, a través de una campaña que esta empresa realizó con World Food Program, en el artículo “Pobreza y alteridad al estilo Benetton” en Saiz, Gómez y Pascale (2004).

saturación y la visibilización extrema de lo supuestamente evidente, que esconde –impidiendo ver- otras muchas dimensiones de la diferencia cultural.

Este modelo representacional, al que nos estamos refiriendo, dota de un alto grado de homogeneidad a los imaginarios que habitan la formación discursiva de la solidaridad, en la que, hasta fechas cercanas, parecía no existir mucho espacio para representaciones dispares. Dentro de la lógica de estetización de la diferencia cultural, encontramos ciertas figurativizaciones privilegiadas que nos muestran la reiteración y homogeneidad, por ejemplo la representación de la mujer-madre como encarnación del sujeto necesitado e infeliz del Tercer Mundo (Figura 71, Figura 72 y Figura 73)<sup>321</sup>.



**Figura 71 Banderín Domund (1970)**<sup>322</sup>



**Figura 72 Manos Unidas (1985)**



**Figura 73 Intermón Oxfam (2008)**

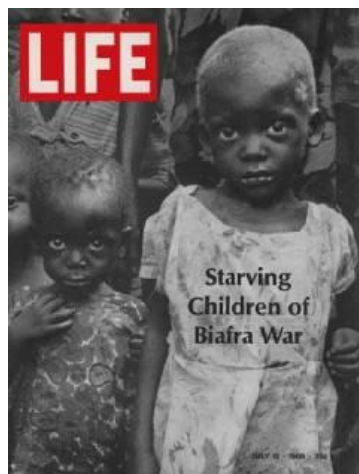
Sin embargo, este tipo de representación estetizada no ha recibido importantes críticas, ni ha sido el origen de los cuestionamientos sobre la comunicación de las ONGD y sus representaciones tópicas, su puesta en cuestión proviene, fundamentalmente, de las representaciones relacionadas con la línea complementaria, la del fotoperiodismo. En España el momento de emergencia y consolidación de las ONGD coincide, precisamente, con un proceso de crítica que está llevándose a cabo en el movimiento humanitario europeo. La breve andadura de las ONG europeas no les liberó de la necesidad de la reflexión y la auto-crítica que en pocos años se percibió como urgente.

<sup>321</sup> La imagen empleada en la campaña del Domund y de Manos Unidas (1985), resurgirán como modelo ejemplarizante del “Tercer Mundo” reiterada una y otra vez en la publicidad actual, empleando fotografías en lugar de dibujos.

<sup>322</sup> “Pueblos jóvenes. Iglesias jóvenes”



La proliferación de imágenes descarnadas del sufrimiento en los conflictos de la época post-soviética y post-colonial promueven un debate sobre los límites éticos a los que debe atenerse este tipo de representación. Desde finales de los años 60 y de la mano de las normas del fotoperiodismo se publican algunas de las fotos más famosas que han



**Figura 74 Life, 12 Julio 1968**



**Figura 75 Don Macullin(1969)**

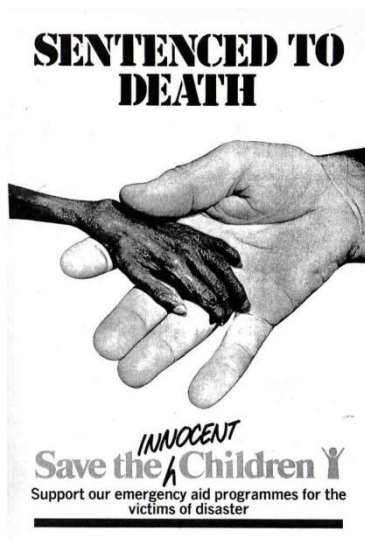
permanecido en el imaginario colectivo sobre el sufrimiento lejano, y el dolor de los otros. Uno de los fotógrafos más conocidos y prolíficos de los setenta es Don Mccullin, de él son las imágenes más impactantes de la guerra de Biafra (1969), y muchas portadas de la revista Life (Figura 74 y Figura 75). Son fotografías con las que se abre el periodo calificado en el mundo anglosajón como “pornografía del desastre” (Benthall, 1995).

La repetición constante de estas imágenes tras una década no sólo promueve el debate sino que impulsa además/la elaboración de códigos éticos: el más famoso el código de las ONG Europeas, así como algunos informes elaborados desde ONGD particulares<sup>323</sup> (Benthall, 1995:179-186).

En opinión de Benthall, la incidencia de los desastres, las presiones de la captación de fondos y la influencia creciente de los expertos en publicidad produjo en torno a 1981 una de las imágenes más vergonzosas del periodo, que sirvió de cartel para la campaña anual de *Save the Children* (Figura 76), en ella se ve la mano de un niño africano moribundo e indefenso agarrada por la mano gorda y sana de un adulto blanco (Benthall, 1995:179).

Tanto las anteriores portadas como, sobre todo, el cartel de *Save the children*, forman parte de una serie de imágenes que hoy serían impensables, o mejor, no podrían ser publicadas ya que desafían el terreno seguro de lo que se considera, actualmente, políticamente correcto, lo que no implica que, en todos los casos, el discurso paternalista y racista que las caracteriza haya sido superado.

<sup>323</sup> En Abril de 1989, tras un periodo de reflexión y debate, la Asamblea General de ONG europeas adoptó el Código de Imágenes y mensajes sobre el Tercer Mundo, del que el código español es una adaptación.



**Figura 76 Save the children (1981)**

través del empleo reiterado de imágenes colonialistas, en las que los africanos no tenían nada que decir<sup>324</sup>.



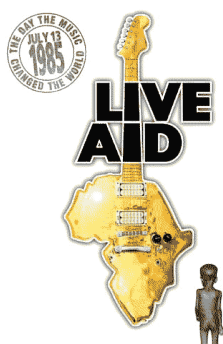
**Figura 77 Paul Lowe. Somalia (1992)**

Tres años antes de las conclusiones de este informe, en 1984, se publica una fotografía de Wendy Wallace en la que se puede ver cómo los fotógrafos toman imágenes de un niño

<sup>324</sup> Benthall recoge una cita de este estudio: “Las percepciones del público, influenciadas entre otros factores por la familia, los amigos y la escuela, estaban en último término conformadas por los medios de comunicación....Las imágenes visuales eran dominantes y estas imágenes se recordaban incluso cuando hechos y figuras significativas habían sido olvidadas...Mientras que la hambruna en Etiopía había llamado la atención del público inglés sobre el continente, también había introducido sus propias distorsiones sobre aquellas que ya existían. Asumiendo que este interés ha sido generado, ¿podría haber sido posible desarrollarlo más, de forma que hubiese permitido a la gente mirar con mayor profundidad el contexto económico, social y político del continente? La conclusión de esta investigación es que podría haber sido así. El tiempo demuestra que no está siendo así. Y por tanto, es tiempo de las ONG y de los medios preguntarse por qué” (Benthall, 1995:181).

hambriento que está preparado para posar<sup>325</sup>; esta imagen vuelve a repetirse en Somalia en 1992, esta vez tomada por Paul Lowe<sup>326</sup> (Figura 77). Son instantáneas que reflejan a la perfección la sobre-exposición a la que estaban, y siguen estando, sometidas las personas que ocupan el lugar de las víctimas de los llamados “desastres” en el contexto humanitario actual.

En 1984, con el objetivo de recaudar fondos para combatir la hambruna en Etiopía, el músico Bob Geldof organiza con la organización *Band Aid*, uno de los primeros macro-eventos solidarios a escala global (Figura 78). Este concierto que fue fuertemente criticado por parte del movimiento antirracista, representa otro de los hitos de la solidaridad, así como un modelo –ya conocido- de promoción de estos valores. La participación internacional de celebridades en eventos festivos con finalidad recaudatoria tiene una



**Figura 78** Cartel del concierto *Live Aid* (1985)

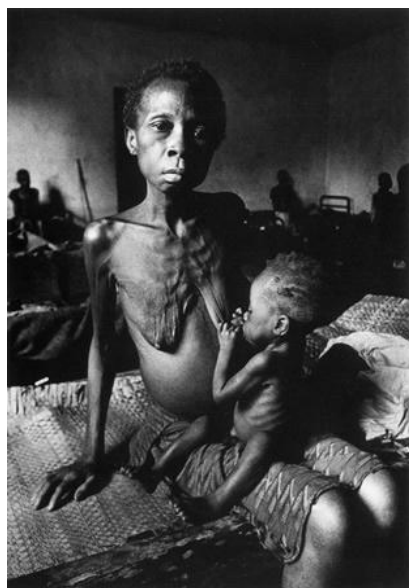
larguísima tradición y ha adquirido formas y planteamientos muy distintos, desde la participación en actos promocionales benéficos hasta el activismo político. La función de Geldof ha seguido activa, esos mismos conciertos se han repetido en varias ocasiones y han surgido otros personajes en primera línea, sobre todo, el cantante Bono del grupo irlandés U2.

Pese a las críticas recibidas, los fotógrafos como McCullin siguen hoy trabajando codo con codo con las organizaciones internacionales. McCullin ha realizado reportajes sobre el SIDA en África para *Christian Aid* y en 2007 colaboró con OXFAM en un reportaje sobre los refugiados en Darfur. La línea de continuidad

<sup>325</sup> Otro fotógrafo especializado en fotografía humanitaria se refiere a lo que sucede antes y durante situaciones como la que recogió Wendy Wallace: “I feel that person's pain and I transfer it onto myself. When people look at me as if to say: “Help me” and they can't speak because their jaw is shattered, I try to respond with my eyes, I make my eyes say: “I hear you, I see you, I wish I could help you”. But at the same time I am photographing them and I feel shabby, I know that, instead of helping, I am an unnecessary burden to them. I also know that, more often than not, the people I photograph will die, because whatever help may come will be too late. So when I operate alone I try to approach them with dignity. But there is no way of being dignified with dozens of newsmen around, pushing and shoving and punching each other over one injured soldier, shouting to another : “you spoil my picture”, while almost depriving the man from the oxygen around him. I look at them and think : “Who are these people ?” At night, in Beirut, they used to meet at the bar, talking about day-rates. Or someone would say to another one : “If you get the cover, you buy us champagne”. ([http://www.horvatland.com/pages/entrevues/06-mccullin-en\\_en.htm](http://www.horvatland.com/pages/entrevues/06-mccullin-en_en.htm))

<sup>326</sup> Esta fotografía es la portada de un interesantísimo proyecto que muestra las imágenes sobre el hambre a lo largo del siglo pasado y el presente. Es un proyecto en progresión que se puede consultar en la página web: <http://www.imaging-famine.org>

en su trabajo es clara como puede observarse en la comparación entre estas dos imágenes. La primera es una conocida foto que realizó en Biafra en 1969 y la segunda pertenece al reportaje de 2007 en Sudan (Figura 79 y Figura 80).



**Figura 79 Biafra (1969)**



**Figura 80 Darfur, Sudan (2007)**

La discusión en torno a estas polémicas fotografías siempre introduce el debate acerca de la dignidad del sujeto fotografiado, como sucedía con la madre migrante de Lange. En opinión del propio MacCullin “es difícil asociar la palabra dignidad con las condiciones que fotografía, si bien dignidad es lo que trato de mostrar. La encuentro sobre todo en las personas que sufren más, parecen condensar la energía de la dignidad, porque no se van a rendir. Como la madre de Biafra con su hijo en el pecho, no puedes imaginar un ser humano más dignificado.”<sup>327</sup> Esta discusión se repite una y otra vez, por ejemplo, en los últimos años ha sido una constante en relación al trabajo de Sebastiao Salgado o acerca de la famosísima fotografía ganadora del Premio Pulitzer en 1994, realizada en Sudan por Kevin Carter (Figura 81).



**Figura 81 Kevin Carter, Sudan (1994)**

<sup>327</sup> Don Maccullin dice: It is difficult to associate the word "dignity" with conditions such as I photograph, yet dignity is what I try to show. I find it most in the people who suffer the most, they seem to marshal the energy of dignity, because they will not surrender. Like the Biafran mother with the child at her breast, you cannot imagine a more dignified human being".  
([http://www.horvatland.com/pages/entrevues/06-mccullin-en\\_en.htm](http://www.horvatland.com/pages/entrevues/06-mccullin-en_en.htm))



Las guerras y los conflictos de esas décadas han servido como laboratorio para experimentar y reconocer las posturas y los gestos a través de los cuales se expresa el sufrimiento humano, así como para recuperar, mediada tecnológicamente, la estética tradicional de las pasiones<sup>328</sup>. La posición del cuerpo, los encuadres y fondos, la ubicación de las figuras, el ángulo de la mirada, la función de las manos, la piel, el vestido, el peinado, los objetos que sirven de “atrezzo” para cualificar al sujeto, etc. Hay una serie de códigos reconocibles que se reiteran una y otra vez en las fotografías, acompañados de explicaciones también repetitivas, las que configuran los límites de esa tópica discursiva que reconocemos como tópica solidaria. Uno de los aspectos que más nos interesa resaltar de cara al análisis es la dimensión icónica y simbólica de la emocionalidad, la manera en la que ésta es convencionalizada a través de una corporalidad y unos movimientos definidos. La emocionalidad compasiva es un discurso hiperritualizado cuyos antecedentes contemporáneos se ubican en las imágenes que estamos repasando.

Recorriendo la iconografía que se empleaba en los 80 y principios de los 90 es inevitable reconocer que se han producido importantes cambios en la representación de los otros dentro de la formación discursiva solidaria. No obstante, debemos analizar en qué medida las imágenes subsiguientes reactivan las de antaño, si establecen con ellas una relación de continuidad y/o de ruptura ambivalente. Por otra parte, en nuestra opinión, la crítica de la representación en los medios de comunicación ha sido más constante y profunda que la que se ha dado con respecto a los textos producidos en el seno de las ONGD. Las propias ONGD reconocen la herencia estetizante del fotoperiodismo en sus producciones textuales (Figura 82), aunque no siempre tras el reconocimiento y la crítica se ha conseguido un desplazamiento notable de los códigos representacionales.

---

<sup>328</sup> Un trabajo que también ha ocupado al mundo del arte, como la exposición de Bill Viola *The Passions*, en la que pretende mostrar una serie de emociones básicas (alegría, pena, cólera y miedo) a través de imágenes de alta definición silenciosas y a cámara lenta, protagonizadas por actores que en algunas de las piezas reproducen cuadros de la imaginería religiosa clásica dedicada a la pasión de Cristo. Con estas obras Viola buscaba reflexionar sobre las pasiones como curvas de intensidad y sobre la piedad y la compasión como emoción asociada al espectador.



# NO QUIERE SER PREMIO DE FOTOPERIODISMO. QUIERE UN MAÑANA PARA SU HIJO.

En Etiopía 4,6 millones de personas necesitan ayuda urgente de emergencia. La sequía y la escalada de precios de los alimentos las han dejado exhaustas y sin reservas. Más de 75.000 niños y niñas sufren desnutrición aguda. Pero tienen derecho a comida y agua suficientes, como todos nosotros. Tú puedes garantizarles ese derecho. **Tu aportación es vital.**

**[SOS]**  
ETIOPÍA

La Caixa 2100-0765-81-0200208682  
SCH 0049-1806-92-2012026800  
Caja Madrid 2038-8978-18-6000232578  
Caixa Catalunya 2013-0500-12-0213790468  
BBVA 0182-6035-48-0201504358  
**Y EN TIENDAS**

**TU ACCIÓN ES VITAL**

**902 330 331**

**IntermonOxfam.org**

  
Intermon Oxfam  
Soy IO

Figura 82 Intermón Oxfam (2008)

Hacer arte sobre el sufrimiento de otros<sup>329</sup>, emplear la creatividad para transmitirlo es, no sólo, algo permitido sino una labor moral obligada en el mundo globalizado actual. La discusión, por tanto, parece que atañe fundamentalmente a los límites. Esta es la idea que rigió la elaboración de los códigos de ética de las ONG y de las pautas sobre las imágenes de las

<sup>329</sup> MacCullin expresa la ambigüedad de esta práctica en la entrevista citada: "I don't want to be called an artist, I don't have the right to practice creativity at the expense of human suffering. Nevertheless I shoot my pictures to the best of my ability".

poblaciones desfavorecidas. Tras el repaso que realizaremos de las estrategias discursivas empleadas por las ONGD en su publicidad, veremos cómo muchas de ellas están tratando de evitar el terreno que nunca ha dejado de ser espinoso de la representación visual de los “otros” necesitados, sustituyendo la tradición fotográfica hegemónica –fuertemente sancionada-, por el empleo del diseño gráfico contemporáneo. Un espacio que parece más seguro y protector, ubicado plenamente en lo políticamente correcto, mediante el cual se evita elegir, al tiempo que se crea cierta distancia -al menos en parte- de la trayectoria que estamos trazando y que queda magníficamente expresada en esta portada de la revista del *The New York Times* el 13 de Julio de 2003 que recoge imágenes del hambre desde 1968 hasta el 2003.

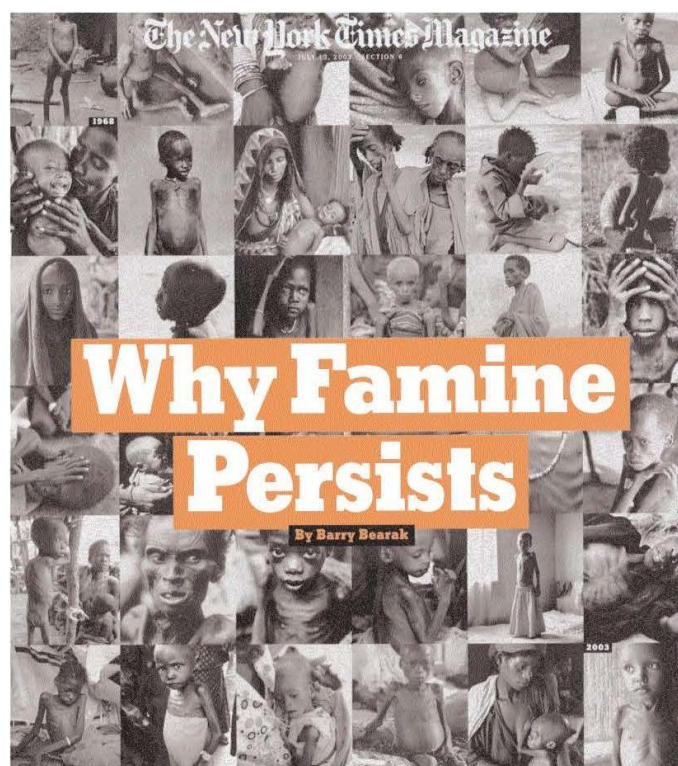


Figura 83 The New York Time Magazine (2003)

## 5.4 El boom de las ONGD (1990-2009)

El periodo que comprende la muestra de análisis de esta tesis abarca una década desde el año 1999 al que pertenecen los primeros anuncios hasta el año 2009 cuando se recogen los materiales de las últimas campañas. Durante este periodo el análisis hace hincapié, fundamentalmente, en la etapa que abarca del 2000 al 2006 puesto que en ella se concentra el mayor esfuerzo comunicativo de las ONGD orientado a forjar su identidad, bien como colectivo bien en cuanto a organizaciones particulares.

Siguiendo con lo expuesto en este capítulo el interés de este recorrido cronológico reside en detectar las políticas comunicativas y las estrategias discursivas hegemónicas que se desarrollan durante el proceso de institucionalización de las ONGD y que permiten la cristalización de la formación discursiva. Nos interesa, sobre manera, la aparición de la marca ONG que da cobertura, como comentamos al inicio de este trabajo, a tipos de organización y fenómenos diversos.

En este apartado nos centraremos, especialmente, en la evolución cronológica y en el entorno ecológico de los discursos y estrategias comunicativas que ha elaborado las ONGD durante la última década con el objetivo de visibilizar, consolidar y promocionar los valores solidarios y forjarse una identidad como actores sociales. No es nuestro objetivo realizar una contextualización histórica en términos sociológicos y políticos de la evolución de las ONGD, ni tampoco dar cuenta de sus diferencias, sus principios organizacionales, legales, etc.<sup>330</sup>

Hemos dividido este recorrido en tres etapas y en cada una de ellas nos centraremos en ciertos aspectos significativos. Esta es, en realidad, una división muy precaria ya que las ONGD funcionan a ritmos muy diferentes; mientras las más pequeñas están empezando a plantearse la posibilidad de hacer publicidad, las que gozan de mayor presencia en el espacio público desarrollan estrategias discursivas mucho más elaboradas. Además, durante todo este periodo, se da el caso de que un mismo anuncio o folleto puede encontrarse varios años seguidos, aunque esa es una dinámica que con el paso del tiempo está desapareciendo. Desde nuestro punto de vista, la presencia residual de las campañas es un elemento consustancial a la comunicación de las ONGD, lo que dificulta cualquier intento de establecer franjas cronológicas estables. Así más bien, hacemos referencia a tendencias en progresión, siempre

---

<sup>330</sup> Hay muchos libros que abordan este tipo de estudio, entre ellos destacamos las aportaciones de José Ramón González Parada en el libro *La función de las ONGs en la ayuda al desarrollo* (1995); el trabajo de Carlos Gómez Gil en *Las ONG en España. De la apariencia a la realidad* (2005) y *Las ONG en la globalización* (2004); el libro de Adolfo Rodríguez Gil *La cooperación pública al desarrollo y el caso español*, publicado en Nieto Pereira (2001) y la obra colectiva editada por Marisa Revilla, *Las ONG y la política* (2002).

teniendo en cuenta las temporalidades divergentes que caracterizan a estos discursos. Tras esta aclaración, nos arriesgamos a establecer una primera etapa que corresponde a la década de los 90 y va declinando entre los años 1999 y 2001. Es una etapa en la que las ONGD comienzan a aparecer en los medios de comunicación como tales, bajo esa identidad, se diseñan las primeras campañas publicitarias, su inserción es gratuita, marginal y los recursos estéticos y discursivos limitados.

Obtenida su identidad como colectivo, las ONGD trabajan para comunicar los frutos de su institucionalización: colectivos, coordinadoras, etc. Una labor que les permitirá alcanzar no sólo la presencia pública sino también el estatuto como interlocutores en el debate público. La respuesta y visibilidad que se obtiene en esta primera etapa, así como los efectos de las primeras reivindicaciones sociales lideradas por las ONGD como movimiento, nos referimos fundamentalmente a la campaña 0,7% del PIB<sup>331</sup> y a la campaña de ayuda humanitaria tras el huracán Mitch, facilitan la emergencia de múltiples organizaciones y el aumento de su presencia mediática, discursiva y pública. El final de esta etapa, coincide con el comienzo del marketing con causa, una estrategia a través de la cual no sólo las empresas se posicionan en el espacio solidario, sino que será también la que sirva de catalizador definitivo para lograr la presencia pública que las ONGD han estado fraguando a lo largo de toda la década de los noventa.

La segunda etapa corresponde al periodo comprendido entre 2000 y 2006, se trata de una fase en la que se puede decir que todo se vuelve solidario. Está caracterizada por una profesionalización paulatina del tercer sector, en general, y de las ONGD en particular; profesionalización que, en gran medida, está impulsada y liderada desde el sector de la captación de fondos y la comunicación. Comienzan a desarrollarse las primeras estrategias comunicativas, puntuales al principio y, en casos excepcionales, integrales, es decir, que afectan al conjunto de la organización. Son los años en los que se fragua la identidad colectiva de las ONGD como actor social, pero también el periodo en el que se produce la máxima competencia entre ellas para posicionarse en un nuevo mercado en el que están en juego recursos limitados, tanto económicos como simbólicos. Desde el punto de vista comunicativo se trata de una etapa conformada por las prácticas del marketing social en todas sus dimensiones, tanto la traducción de la perspectiva del marketing a la comunicación institucional, como las colaboraciones entre las organizaciones y las empresas, a través,

<sup>331</sup> El salto cualitativo se produce en 1993, con la campaña del 0,7% y el debate público sobre los programas de financiación y subvención. Todo este debate vino precedido por el cuestionamiento de las celebraciones que el Gobierno preparó para la conmemoración del Quinto Centenario del descubrimiento de América, liderado por las ONGD que trabajaban en esa zona, dado que esta efeméride marcó muchas de las políticas de cooperación en esos años.

mayoritariamente, de las prácticas de marketing con causa. Es un momento en el que las marcas y los logos se vuelven solidarios y en el que la tópica sentimentalista heredada se adapta a los lenguajes de la publicidad y de la cultura contemporánea, estableciendo un posicionamiento característico basado en la adscripción a valores éticos y en el apoliticismo.

Por último, apuntaremos algunas características de una nueva etapa que se aprecia como tendencia a partir de los años 2005-2006, puesto que son años en los que se están indicando otros modos de identidad y trabajo comunicativo para el futuro. Con respecto a las estrategias comunicativas que afectan a los canales y los formatos es el tiempo de los medios digitales y de la sectorialización. Discursivamente, hay ciertos cambios de orientación, propiciados, en parte, por la puesta en cuestión en España de estrategias de marketing y comunicación que si bien resultaron exitosas para la captación de fondos, en opinión del grueso de las ONGD, se demostraron perjudiciales para la lucha por la transformación social y el trabajo en pro de la solidaridad y los derechos humanos. Si durante la segunda fase el modelo del marketing afectó a casi todas las áreas de trabajo de las ONGD: organización, gestión, en esta última etapa se buscan otros referentes, más cercanos a los tradicionales movimientos sociales. Por otra parte, la búsqueda de recuperación de la confianza ha reavivado debates como la transparencia, la rendición de cuentas, la eficacia en la gestión, siempre ya en un marco que ha admitido el modelo profesionalizado y la especialización.

Los escándalos financieros que afectaron a varias ONGs y la pérdida de confianza en ellas de los públicos han marcado estos cambios de rumbo en la estrategia comunicativa y organizacional, promoviendo en su lugar otros modos como las campañas colectivas, la creación de alianzas, así como cambios significativos en las tópicas discursivas, que están recuperando discursos que abandonan el apoliticismo de etapas anteriores apelando al posicionamiento político de la denuncia y la justicia.

Si a estas fases y a las ONGD como objeto le aplicamos metafóricamente un esquema clásico de introducción de un producto en un mercado (Alvarado, 2003: 345-346), cada fase respondería, según el proceso que sus estrategias discursivas han dibujado, a una pregunta: ¿qué es esto?, ¿Qué marca debo comprar? ¿Por qué debo seguir comprando esta categoría de producto?

A la primera pregunta dio respuesta la Coordinadora de ONGD antes de que acabase la década de los 90, en un anuncio que buscaba posicionar a las ONGD como actor social colectivo y sentar las bases de su identidad, bajo una foto de jóvenes de diversas razas abrazados y riendo delante de un mapamundi se puede leer: “Tenemos un proyecto común. Colaborar con las ONG para el Desarrollo es participar en un gran proyecto en el que trabajan gentes de todas



las razas, culturas e ideologías con un objeto en común; un desarrollo más humano. ¿Qué significa esto? Que hombres y mujeres pueden obtener por sí mismos, ingresos para llevar una

vida digna, que esta vida sea más larga y saludable, que tengan acceso a la educación. Pero también que ese desarrollo no sea agresivo con el entorno natural que nos acoge y venga acompañado de la libertad política y del respeto de los derechos humanos. Esto es la solidaridad. Una empresa en común. Algo que no es la generosa utopía de unos pocos, sino la imperiosa necesidad de todos. Colabora con las ONGD”.



**Figura 84 Fragmento Codespa (2000)**

La siguiente etapa es la de la aparición de los logos, de las marcas de ONGD en competencia, que procuran construir una relación privilegiada con sus destinatarios y ofrecerles argumentos de compra. Intervida utilizó el reclamo de la Certificación de Calidad ISO 9002, en Codespa (Figura 84) afirmaban poseer la solución para los problemas de desnutrición del tercer mundo y ser eficaces porque “gracias al esfuerzo de nuestros socios, 5 millones de personas en el tercer mundo son capaces de trabajar y alimentarse por sus propios medios. 5 millones de personas que ya no lo necesitan”. La pregunta hoy se ha desplazado y las ONGD tienen que seguir convenciendo, renovar y reforzar las relaciones de confianza. Para ello, se habla de eficacia, resultados, calidad y experiencia. Incluso se han buscado fórmulas de colaboración novedosas y proyectadas hacia el futuro, como el legado solidario (Figura 85).

El conjunto de ONGD aliadas en esta campaña nos informa: “Si nombras a una ONG en tu testamento contribuirás a construir un mundo mejor. Porque tu firma de hoy nos permitirá contar con recursos en el futuro”. Mantener el legado más allá de la propia vida y con ello intentar, como dice Amnistía Internacional, “que tus ideas no se apaguen”.



**Figura 85 Campaña Legado solidario (2008)**

### 5.4.1 Periodo no profesionalizado (1990-1999)

El llamado *boom* de las ONGD tiene lugar en 1993-1994, desde entonces y de forma paulatina, la presencia de estas organizaciones y de la cooperación para el desarrollo empieza a ocupar los espacios mediáticos. Fueron presentadas como la nueva conciencia planetaria (González Parada, 2001:69). Durante la segunda parte de la década de los 90 nos familiarizamos con nuevos fenómenos y conceptos que toman un lugar en nuestro espacio cotidiano. En 1995, se firma el Pacto por la Solidaridad resultado de las movilizaciones por el 0,7% (Rodríguez Gil, 2001: 114), que parece demostrar un repunte de la importancia de la cooperación internacional en el espacio público español que ya no se ha perdido desde entonces<sup>332</sup>.

Algunos de estos conceptos fueron: las crisis humanitarias, los refugiados, las hambrunas, cuestiones que, por supuesto y desgraciadamente, tienen una larga trayectoria pero a las que la perspectiva de las ONGD y del desarrollo dotaron de nuevos sentidos, cristalizados por ejemplo en diccionarios que fueron comentados al referirnos a la formación discursiva. Los acontecimientos de esos años marcan la pauta de los imaginarios popularizados poco tiempo después, entre ellos destaca: el genocidio de Ruanda y Burundi, las hambrunas de Somalia y Etiopía y el huracán Mitch.

Como explican Sampedro, Jerez y López Rey (2002), en estos momentos las informaciones sobre desarrollo eran deficitarias, sobre todo, en comparación con otras áreas informativas, “los temas del desarrollo y la cooperación implican a actores desconocidos para la mayoría, se desarrollan en contextos lejanos, con dinámicas estructurales complejas y de escala global. Por tanto, exigirían un *tempo* de corte más pedagógico, inviable en el contexto institucional vigente que regulan los medios de comunicación convencionales” (Sampedro, Jerez y López, 2002: 259). Frente a esta situación en 1996, la CONGDE y otras organizaciones afines lanzan una campaña para reclamar presencia en los medios de titularidad pública, en consonancia con la posición y credibilidad ganada en el espacio público. Este trabajo comunicativo, llevado a cabo por las ONGD, se refleja en un aumento significativo y constante del número de

---

<sup>332</sup> “Esta dinámica de languidecimiento de la cooperación oficial al desarrollo y de descenso de los presupuestos de la cooperación bilateral parecieron comenzar a romperse a partir de 1994, cuando las impresionantes movilizaciones a favor de destinar el 0,7% del PIB a la cooperación al desarrollo, situaron el tema, por primera vez, en el centro de la política interna. La fuerte y emotiva sensibilización que estas movilizaciones provocaron, cambiaron algunos aspectos de la configuración y el imaginario de la cooperación al desarrollo, permitieron la incorporación de muchos jóvenes, primero, a las acciones y, después a las ONG, generaron un espacio en los medios de comunicación, hasta entonces casi inexistente, crearon una corriente de simpatía ciudadana hacia la cooperación al desarrollo y hacia las ONG, etc., de tal forma que marcaron un antes y un después en este terreno (Rodríguez Gil, 2001: 117).



departamentos de comunicación y prensa entre las organizaciones de la Coordinadora Estatal<sup>333</sup>.

Tras estos sucesos y el creciente protagonismo adoptado en ellos por los mecanismos de la cooperación, los años finales de la década de los 90 son un momento crucial en el camino hacia la identidad del actor colectivo ONGD. Cuando la mayoría de las organizaciones del sector surgen están formadas por personas voluntarias que llevan a cabo todo tipo de labores: administración, cooperación en el terreno y, por supuesto, comunicación. Las condiciones en las que se define el Tercer Sector, la externalización y privatización de servicios por parte del estado, dentro del esquema liberal, afecta a las ONGD como parte de este contexto. Para posicionarse como parte de este sector su paulatina profesionalización, en todas las áreas, resultó imprescindible, porque sólo de esa manera pudieron hacer frente a la burocratización de sus actividades y a su transformación en entidades prestadoras de servicios, tradicionalmente asumidos por el Estado<sup>334</sup>. La cooperación experta en el terreno y las tareas de gestión económica fueron algunas de las áreas que, con mayor facilidad, asumieron la profesionalización, no sucedió lo mismo con otras áreas que se percibían como superfluas o marginales en relación a los problemas acuciantes que planteaban las emergencias, las guerras y todas las situaciones de sufrimiento, desigualdad y pobreza a las que la cooperación para el desarrollo pretendía hacer frente. Tendrán que pasar bastantes años para que se llegue al convencimiento de que el área de comunicación de una ONGD es imprescindible si esta quiere tener presencia pública y acceso a los recursos y que, por tanto, su eficacia reside en la profesionalización, ya que de otra forma no se logra tener acceso a los medios de comunicación y, menos aún, desarrollar materiales de producción propia. Por otra parte, la idiosincrasia de las ONGD en España, como país industrializado y rico, sitúa a la comunicación<sup>335</sup> en el centro de su identidad, dado que uno de sus objetivos principales es la

<sup>333</sup> El estudio mencionado también recoge cifras del incremento global de la visibilidad mediática de las ONG. “Las ONG se convierten en un actor social, reconocido como tal por los informaciones, que les empiezan a otorgar un protagonismo mediático creciente” (Sampedor, Jerez y López Rey, 2002: 273), se abre para ellos una estructura de oportunidad mediática. Los autores estudian la aparición del término ONG en los titulares de El País que pasa de 3 casos en 1992, a 88 en 1994 hasta 372 sólo un año después, donde ya se sitúa para años posteriores. Al final de la década los medios de comunicación lo consideran una fuente autorizada y un actor con entidad suficiente por si mismo.

<sup>334</sup> Para comprender este fenómeno son imprescindibles las discusiones políticas y teóricas que trajo consigo la imposición de este modelo de gestión de la acción social. Puede consultarse este particular en bibliografía especializada como la obra de Alonso y Jerez (1997),

<sup>335</sup> Una de las razones, desde nuestro punto de vista, por las que ha costado, no tanto profesionalizar la comunicación, sino convertirla en un área transversal de la organización es que la publicidad y las estrategias de captación de fondos, las labores de relación externa con los medios y comunicación interna, así como las tareas de educación para el desarrollo han permanecido separadas, casi como compartimentos estancos. Esta disociación no ha permitido, hasta hace muy poco tiempo, diseñar

sensibilización de la opinión pública con respecto a la desigualdad, la pobreza y la violación de los derechos humanos.

Aunque este estudio concentra su mirada desde finales de la década de los noventa hasta finales de la primera década de 2000, la publicidad de las ONGD como hemos visto es anterior; a finales de los ochenta principios de los noventa predomina una publicidad todavía muy vinculada a lo que estaba sucediendo en Europa, su presencia durante esos años es considerablemente menor de la que obtuvo algunos años después<sup>336</sup>, décadas en las que se retoman intensivamente muchas de las imágenes bien de las organizaciones nacionales que estaban ya trabajando al amparo de la Iglesia católica, bien de imaginarios importados de la escena europea. También incidirán en la creación de un clima propicio a la explosión del discurso solidario las imágenes mediáticas que acompañaron al conflicto de Ruanda en 1994<sup>337</sup>. Una revisión crítica de estas prácticas discursivas heredadas que se irán paulatinamente traduciendo al panorama español favorece que, desde las propias ONGD, se desarrolle un código de conducta publicado casi una década antes que los primeros anuncios de esta muestra. En 1989, la Coordinadora de ONGD aprueba el Código de imágenes y mensajes sobre el Tercer Mundo del Comité que aún hoy está vigente, aunque está siendo objeto de un proceso de revisión.

Los primeros anuncios que conforman la muestra de análisis son anuncios insertos en prensa escrita, sobre todo, en diarios y alguna revista. La presencia de anuncios de ONGD en esos años puede considerarse aún marginal, son pocas las organizaciones que elaboran piezas publicitarias y coinciden con aquellas que en ese momento están más consolidadas, como son las organizaciones religiosas y algunas especializadas en ayuda humanitaria como las sanitarias. Todavía no se trabaja con agencias de publicidad, salvo en casos excepcionales, y son los miembros de la organización los que diseñan los anuncios. Todavía no se paga por la inserción, ya que no hay un presupuesto específico destinado al área de comunicación, sino que se trata de inserciones gratuitas que ocupan los espacios más baratos y marginales de las páginas de los periódicos. Los anuncios se interpretan como un modo para darse a conocer y ponerse en contacto con socios potenciales, para lo que ya se incluyen estrategias de

---

estrategias de comunicación que integren los objetivos de los diversos departamentos. Aún hoy este puede ser considerado un área de trabajo deficitaria en el ámbito de las ONGD.

<sup>336</sup> Las primeras lecturas críticas de estas campañas se pueden encontrar en los trabajos pioneros de Mesa (1994).

<sup>337</sup> Rosquis describe este conflicto como uno de los primeros en los que aparece la liturgia humanitaria, al centrarse las imágenes en “el éxodo y los sacos de arroz, huérfanos y dispensarios, humanidad maltratada y benefactores decididos, imágenes de desgracia y movimiento de salvadores” (citado por Fuego 2002: 52). Uno de los conflictos que dictará la pauta de este nuevo representar humanitario basado en la visibilización de la ayuda, la emergencia antes que en las responsabilidades políticas, las causas de los conflictos, etc.

marketing directo como la inserción de cupones, buscando con ello la respuesta de los destinatarios.



**Figura 86 Educación Sin Fronteras (1999)**

Estéticamente son anuncios muy sencillos y bastante homogéneos, diseñados en blanco y negro, en los que prima el texto sobre la imagen que, de insertarse, suelen ser dibujos y recurren a una tipografía clara, sin ornamentos (Figura 86, Figura 87, Figura 88, Figura 89). La identidad corporativa no está aún definida, los logos presentan un diseño muy tradicional que, generalmente, se modernizó un tiempo después. El formato suele incorporar un lema, eslóganes simples con enunciados directos, un pequeño texto explicativo

o informativo, el logo y nombre de la organización y los datos de contacto, generalmente, dirección y teléfono, aunque empieza ya a aparecer en algunos de ellos el correo electrónico.

Repasamos a través de los siguientes anuncios algunos de los lemas y consignas más repetidos ya desde la primera época, que se han mantenido en el tiempo y aún en el 2009 siguen vigentes, así como ciertas características visuales. A través de esta lectura cronológica podemos familiarizarnos con el proceso de cristalización de los imaginarios, atender a la manera en la que los cronotopos que operan en estos discursos se fueron configurando e identificar qué elementos y sentidos han permanecido estables y cuáles, por el contrario, han sido objeto de transformación.

Los anuncios reproducidos aquí son ejemplos de la factura sencilla de la publicidad de esta etapa, en ellos observamos cómo aparecen ya desde la propia denominación ONG, a la adscripción al movimiento sin fronteras, también la mención a valores y actividades propias de este ámbito, como la labor de sensibilización y la orientación a la acción.



**Figura 87 Codespa (1999)**



Figura 88 Proyecto Solidario (2000)

opta por apelaciones sencillas, directas, mayoritariamente informativas y orientadas al apoyo económico del tipo: hazte socio, da un donativo, apadrina.



Figura 89 Mundo Unido (2000)

También durante los primeros años se pueden observar argumentos que, posteriormente, se utilizarán con profusión: el argumento de la labor eficaz y del trabajo experto de las organizaciones, como ejemplifican los tres anuncios siguientes. Las ONG precisan trabajar sus relaciones de confianza y se esfuerzan por convencer a los destinatarios hablando de la eficacia de su acción, de cómo han conseguido hacer llegar el material (Figura 88 Proyecto Solidario y Figura 90 Paz y Desarrollo) y aludiendo a su conocimiento experto (Figura 87 Codespa). Al mismo tiempo van estableciendo los estereotipos de los sujetos beneficiarios de su acción: personas más desfavorecidas, niños, comunidades indígenas.



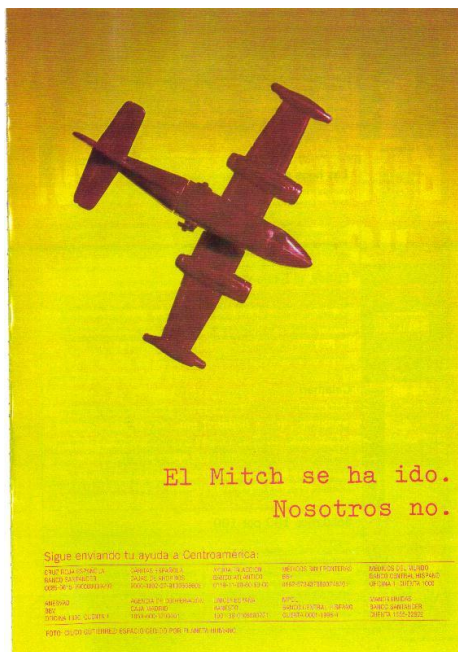


Figura 91 Planeta Humano (1999)

operará totalmente consolidado en la esfera pública, emerge vinculado a los desastres naturales y la ayuda humanitaria. Esta primera vinculación que, por supuesto, no funciona de forma aislada sino que se articulará con otros aspectos relevantes como el carácter no gubernamental o el apoliticismo, resulta clave para la construcción de la identidad de las ONGD.

Pese a la simplicidad de los anuncios de esta etapa llama la atención su densidad discursiva. Dos de las ONGD más grandes en España, Manos Unidas e Intermón, explicitan en los lemas de los siguientes anuncios varias tendencias que definirán los componentes de la Solidaridad contemporánea. En el anuncio de Intermón (Figura 92), ya destaca desde el punto de vista organizacional la tendencia, hoy consolidada, a crear organizaciones y redes de ámbito internacional, con el fin de abordar problemas y asuntos de incidencia global. Esta orientación hacia la escala global que, actualmente, está plenamente incorporada tanto en el trabajo de las organizaciones como en la percepción pública del mismo,

Aunque durante esta época no se ha consolidado el trabajo en campañas conjuntas sí se dieron casos, por ejemplo, como recurso para la recaudación de fondos. En este anuncio publicado en la efímera y desaparecida revista Planeta Humano –lanzada en Marzo de 1998 hasta Marzo de 2001– (Figura 91), vemos uno de los anuncios conjuntos promovido tras el huracán Mitch. Las ONGD que participan son Cruz Roja, MSF, Médicos del Mundo, Ayuda en Acción y Cáritas. Es uno de los casos en los que se observa con claridad cómo poco a poco se va respaldando la imagen de las ONGD como actor colectivo, el nosotros que sólo unos años después



Figura 90 Asociación Paz y Desarrollo (2000)

contrasta con la situación a finales de los 90 en la que muchas organizaciones están comenzando y el movimiento como colectivo aún está por conformar la identidad ONGD.



Figura 92 Intermon (2000)

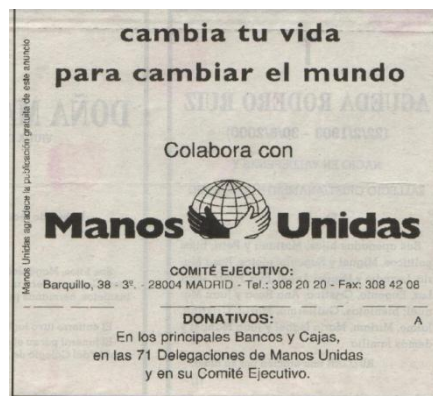
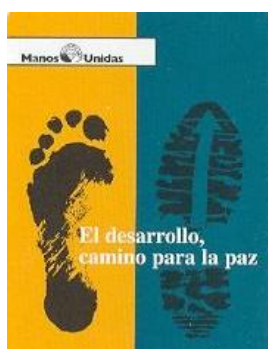


Figura 93 Manos Unidas (1997)

Este anuncio, en segundo lugar, tiene como lema “Compartimos progreso” en el que se señala la ideología que acompaña la noción del Desarrollo, básicamente sostenida en los postulados ilustrados<sup>338</sup> y que aún hoy, aunque ya no se explicita de esta forma, la noción de desarrollo sigue presupuesta en los discursos acerca de la cooperación, la solidaridad, y en la explicación de otros fenómenos como las migraciones. En los ejemplos anteriores hemos apuntado cómo a través de estos primeros anuncios se pone nombre a los beneficiarios de los proyectos de cooperación, mediante un proceso de resemantización y de incorporación de referentes discursivos, entre todos ellos destaca durante mucho tiempo el de “Tercer Mundo”, que será la manera privilegiada de denominar y cualificar todos los espacios y sujetos de pobreza, desigualdad y violación de derechos humanos adscritos al campo de los discursos de la solidaridad.

Las ONGD han elaborado de múltiples maneras a lo largo del tiempo, la vinculación entre la transformación del mundo y la lucha contra la desigualdad y la pobreza, de una parte, y la acción individual, de otra; es decir, a los tipos de relación que pueden establecerse entre lo

338



La primera vez que Manos Unidas se refiere al desarrollo lo hace en 1983 con el lema: “el desarrollo libera al hombre”. La imagen de la campaña es la de una mujer africana con su hijo que puede verse en el primer apartado de este mismo capítulo (Figura 72). Volverá a mencionar el desarrollo dos décadas después en 2003 con el lema: “el desarrollo camino para la paz”. En ambas está implícita la idea de evolución, de temporalidad y de progreso. Estas apelaciones genéricas al desarrollo, según Ritz, son precisamente sus modos normativos de definición, expresiones de un deseo difuso sobre una vida mejor que, en su indefinición, “parecen ignorar voluntariamente que las modalidades concretas de su realización tropiezan con opciones políticas contradictorias” (Ritz, 2002:22)

global, lo local y lo individual. ¿Qué va a significar en el discurso de las ONGD un lema como el de Manos Unidas “cambia tu vida para cambiar el mundo”? Este será uno de los objetos de reflexión que abordaremos al analizar los modelos de acción social y política propuestos desde las tópicas hegemónicas de la solidaridad. En este momento sólo queremos hacer hincapié, como ya apuntamos al hablar de los discursos en la década de los 60 y 70, en que el marco de interpretación que opera para este anuncio (Figura 93) incluye a la justicia (“cambiar el mundo”) y un modelo de acción social que remite a una participación activa como socio o militante, figuras que posteriormente perderán importancia hasta casi desaparecer a favor de otros referentes, como el voluntariado y la solidaridad convertida en valor de consumo.



Figura 94 Solidarios para el desarrollo (2000)

Uno de los discursos emergentes en este periodo es la promoción del voluntariado (Figura 94). Este es un tipo de discurso transversal a todo el tercer sector y que marca, en gran medida, la transformación desde los movimientos sociales y el modelo de la militancia tradicional hasta la profesionalización experta y el modelo de gestión del voluntariado<sup>339</sup>. Solidarios para el desarrollo es ejemplo también de la aparición de nuevas voces y agentes en el campo de la cooperación y la acción social, en este caso, de la universidad.

Como hemos mencionado la inserción gratuita es una forma de colaboración fructífera<sup>340</sup>, incluso algunas ONGD la agradecen en los mismos anuncios, por ejemplo, en el anterior de

<sup>339</sup> Aunque el entramado institucional y legal del voluntariado es anterior su difusión pública coincide con esta etapa. La plataforma de promoción del voluntariado se crea en 1986, coincidiendo con el auge de creación de ONG, hay que recordar que el 57% de ellas se creará en el periodo comprendido entre 1986 y 1995. La primera ley del voluntariado es de 1996 y en pocos años todas las Comunidades Autónomas cuentan con una ley similar. En el 2005 se crea la Dirección General de Voluntariado y Promoción Social de la Comunidad de Madrid, que culmina con la creación de una Escuela de Voluntariado.

<sup>340</sup> A través de la relación entre las ONGD y los periódicos en los que se inserta su publicidad gratuitamente se podría hacer un seguimiento de los perfiles ideológicos de las organizaciones, relacionándolos con la línea editorial de los medios, una idea que sostenemos como hipótesis ya que no se realizó dentro de esta investigación un análisis pormenorizado de este particular.



Solidarios se puede leer “El País es solidario”, aludiendo al periódico, también en el anuncio de Manos Unidas (Figura 93) se incluye la frase: “Manos unidas agradece la publicación gratuita de este anuncio.” La búsqueda de inserciones gratuitas no sólo responde en estos momentos a una falta de recursos, sino que también las ONGD perciben que existe una reticencia, tanto dentro como fuera de las organizaciones, a la hora de destinar financiación a proyectos comunicativos, puesto que éstos se consideran secundarios en relación a las necesidades de los sujetos que deben ser atendidos, de ahí la necesidad de mencionar la gratuidad. Las inserciones gratuitas por otra parte presentaban ciertos inconvenientes, el primero ya mencionado es la falta de calidad de los anuncios. Esta falta de calidad se observaba cuando un formato se reduce para adecuarse al espacio de los faldones que han quedado sin cubrir con publicidad pagada. La deficiente calidad afectaba más aún a las fotografías que llegan a reproducirse en tamaños minúsculos. Otro problema es que las organizaciones no pueden controlar los tiempos de inserción, ni eligen el anuncio publicado, puesto que el maquettador lo selecciona más por el formato que por la temática. Esto da lugar a que tal vez se publique un anuncio sobre una emergencia que había tenido lugar mucho tiempo antes y sobre la que ya no se estaba actuando, un anuncio antiguo se podía mantener durante meses e incluso años, cuando la organización ya había cambiado de sede o, lo que es más importante, de discurso. Este anuncio de Médicos del Mundo (Figura 95) se estuvo publicando en diversos medios esporádicamente hasta 2001, tiempo después de que la sede de la organización hubiese cambiado y con ella el teléfono de contacto.

Figura 95 Médicos del Mundo (2000)

A la falta de control sobre los tiempos de publicación se unía el que estos anuncios ocupaban, generalmente, las páginas y secciones marginales de los periódicos, las de menor valor



publicitario, como son los anuncios por palabras, las esquelas y las páginas de servicios, como la cartelera, farmacias de guardia, etc. En esta página de El Diario Montañés (Figura 96) observamos cómo junto con los anuncios de consultas médicas aparecen los de las ONGD, no todas ellas del ámbito sanitario. Podrían tener un sentido y coherencia los módulos de Médicos sin Fronteras y Cruz Roja, incluso, el discurso de Ayuda en Acción, “Trabajando con el Tercer Mundo”, podría interpretarse en una línea afín. Sin embargo, el discurso de Amnistía Internacional resulta absolutamente fuera de lugar y se pierde, puesto que no hay nada que permita conectar con sus ideas sobre derechos humanos y menos con una preocupación en torno a los presos políticos y de conciencia. Este es uno de los aspectos que determinan la lógica de la solidaridad, la configuración de un marco común que incide en la interpretación y el sentido de propuestas diversas: ya sean asistencialistas, basadas en un enfoque de derechos, incluso en ciertos espacios y épocas se confunden el discurso de la acción social y el de la cooperación para el desarrollo.

Figura 96 El diario montañés, 25 de Junio de 2000

Este problema se agudiza con la especialización experimentada en el campo de las ONG. Como escribía hace más de un siglo Concepción Arenal: “Para cada dolor debe y puede haber una especialidad que le consuele”<sup>341</sup>. Lo que tanto esta página de periódico como el cartel del

<sup>341</sup> Según la enumeración de Arenal: “la Beneficencia debe hacer el triste e indispensable estudio de las miserias humanas, físicas y morales, y colocar al lado de cada una el dulce consolador de una asociación

Festival de Publicidad reproducido más abajo ilustran es el catálogo de desgracias que participan de la formación discursiva. Hoy, el campo de la Solidaridad se ocupa de: ayuda humanitaria, cooperación para el desarrollo, medio ambiente, derechos humanos, violencia de género, dependencia, infancia, refugiados, etc.... Es decir, el catálogo de “causas” está clasificado por: los distintos espacios geográficos (Tercer Mundo, ayuda internacional versus ayuda nacional); modelo de sujetos y objetos “necesitados” (infancia, refugiados, mujeres, enfermos, inmigrantes, medio ambiente, etc.); métodos de trabajo (sensibilización, acción en el terreno, desarrollo, ayuda de emergencia), etc. Como podemos observar en el cartel del Publifestival –Festival Internacional de la publicidad social, edición 2007- (Figura 97) las desgracias se aúnan, se territorializan en un espacio común definido como “solidario”<sup>342</sup>, que ya se apuntaba en los anuncios por palabras de principios del siglo.

Estos primeros anuncios además de estar orientados a dar a conocer las causas por las que trabajan las ONGD como colectivo, buscan visibilizar a las ONGD particulares, persiguen vincular el nombre con el



Figura 97 Festival de Publicidad Social (2007)

sector de la cooperación para el desarrollo y de los derechos humanos. En este collage que formaban los anuncios de las ONGD con los anuncios de servicios pareciera como si se estuviese conformando un mosaico de desgracias, augurando el mercado de la solidaridad y de las causas que estaba por llegar.

A finales de la primera década del siglo XXI la inserción gratuita sigue siendo una vía habitual de difusión publicitaria para un gran número de ONGD y sigue ocupando estos espacios marginales. Esta práctica también se utiliza hoy en las televisiones que emiten anuncios de organizaciones del Tercer Sector siempre que antes hayan obtenido un certificado de servicio

caritativa”. Y éstas deben atender a la enfermedad, la pobreza, la decrepitud sin apoyo, la infancia abandonada, la intemperancia, la prostitución, el vicio y el crimen.

<sup>342</sup> En este anuncio no sólo se recurre a la mención de “desgracias” o injusticias, es un panel de significantes enmarcados en el territorio solidario. Entre ellos llama la atención 07% e integración social, dotados de valencia positiva y reconocibles gracias al interdiscurso en el que se inscriben.

público por parte del Ministerio de Industria, lo que garantiza que dichos anuncios no se tienen en cuenta en el cálculo del cómputo general de la publicidad emitida por la cadena.

Durante estos años, algunas ONGD con la ayuda de los creativos publicitarios buscaron la manera de sacarle un mejor partido a estos espacios marginales, ya fueran esquelos o anuncios por palabras, insertando la campaña en el contexto de lectura de estas secciones y buscando la reacción de sorpresa de los lectores. Desde nuestro punto de vista, la campaña que mejor supo adaptarse fue la que Manos Unidas lanzó en el año 2000 (Figura 98) para alertar sobre las formas de esclavitud en el mundo actual<sup>343</sup>. El ejercicio comunicativo que propone esta publicidad guarda mayor relación con el marco de lectura que impone el género de anuncios por palabras que, propiamente, con el enunciado del mismo. En esta campaña se hace una utilización inteligente del género para subvertir los términos de la lectura, intentando aprovechar los dos tipos de lecturas potenciales, bien la distraída que se capta con los términos resaltados (Inmigrantes ilegales, prostituta, familia analfabeta, etc.) o bien la atenta que, en la búsqueda de información, podría detenerse en el cuerpo del anuncio y reflexionar frente a esta información paradójica<sup>344</sup>. Es una campaña compleja que utiliza códigos novedosos y diferentes a los que se estaban empleando, por ejemplo en la publicidad del apadrinamiento y de emergencias. Con respecto a los aspectos normativos, la urgencia –propia de la publicidad de emergencias– es un modo de discurso del que esta campaña no se distancia; sin embargo, sí lo hace de la objetualización de los beneficiarios –uno de los rasgos más criticados de la publicidad de apadrinamiento. La distancia crítica frente a la conversión de los infelices en objetos surge, en este caso, por el hecho de que la campaña versa sobre la esclavitud que es, por excelencia, la forma de explotación con la que se objetualiza a los sujetos.

---

<sup>343</sup> La responsable de comunicación de Manos Unidas en aquellos momentos, Charo Mármol, comenta en una entrevista publicada en Voluntarios sobre esta campaña: "Siempre hemos tratado de que nuestras imágenes se ciñan al código de conducta. Ha habido quien ha dicho que en esta campaña (1999) quizá nos hemos quedado en el límite. Lo cierto es que si se analiza, se ve que no contiene las típicas escenas de un Tercer Mundo de niños con mocos y moscas, madres con los pechos caídos...No muestra una superioridad del Norte, al contrario enseña su implicación en los problemas del sur. ¿Agresivo? En absoluto. Si hay gente que prefiere tener la conciencia tranquila con imágenes blanditas, o que se asusta porque en la radio se oiga la palabra prostituta, eso ya es otra cosa. Debemos huir de los mensajes tipo "por 200 pesetas usted puede dormir tranquilo"."

<sup>344</sup> En una entrevista con la mencionada responsable de comunicación de Manos Unidas en aquella época Charo Mármol afirmó que en más de una ocasión hubo personas que habían llamado interesándose por los anuncios ya que habían hecho una lectura literal de los mismos.

**¿Te gustaría trabajar en Europa como PROSTITUTA?**

Hay millones de mujeres que no tienen elección. Como las emigrantes engañadas por las redes internacionales de comercio sexual. Son víctimas de la explotación, no pueden decidir sobre sus vidas. Te sorprenderían los métodos empleados hoy para someter al ser humano.



**Empresa de metalurgia necesita NIÑOS MINEROS**

Hay millones de personas que no tienen que buscar trabajo: se lo imponen. Como los niños empleados como mano de obra barata y eficiente. Son víctimas de la explotación, no pueden decidir sobre sus vidas. Te sorprenderían los métodos empleados hoy para someter al ser humano.



**Empresa busca INMIGRANTES ILEGALES**

Hay millones de personas que no tienen elección. Como los inmigrantes que se ven obligados a trabajar en condiciones inhumanas. Son víctimas de la explotación, no pueden decidir sobre sus vidas. Te sorprenderían los métodos empleados hoy para someter al ser humano.



Se necesita **FAMILIA ANALFABETA** dispuesta a trabajar en latifundio

**Hay millones de personas que no tienen elección. Como familias enteras mantenidas en la incultura y sujetas a contratos abusivos. Son víctimas de la explotación, no pueden decidir sobre sus vidas. Te sorprenderían los métodos empleados hoy para someter al ser humano.**

Manos Unidas quiere acabar con estas formas de abuso. Ayúdanos a abolir la esclavitud.

**Manos Unidas**  
39001 SANTANDER  
Rualasal, 5, 3.º. Tel.: 942 22 78 07

Figura 98 Manos Unidas (2000)

La ubicación de muchos de los anuncios de las ONGD en estos espacios tiene un efecto intensificador en términos discursivos. Dado que la tónica hegemónica en los anuncios es la sentimental, orientada a la movilización de la compasión y del enternecimiento de los destinatarios, el hecho de que, por ejemplo, estuviesen próximos a las esquelas –uno de los pocos géneros contemporáneos que sitúa la muerte como un asunto público- aumenta el dramatismo y la urgencia de los desastres y situaciones de desigualdad y de dolor publicitadas. Podríamos decir que la representación de los pobres, sobre todo de los niños, adquiere en estas secciones un carácter premonitorio, casi proyectivo, ya que pareciera como si estos desgraciados ya estuviesen muertos por contagio. Una lectura, quizá un tanto arriesgada, podría señalar que el sentimiento de *empoderamiento* con el que se dota a los destinatarios en estos anuncios es el de salvar a los beneficiarios de la muerte, en términos icónicos casi de



forma literal sacándoles de la sección de esquelas, gracias a la acción propuesta. Si estar entre esquelas predice la muerte, la necesidad de actuar sólo puede ser urgente porque está en juego la supervivencia. La emergencia, la velocidad y la inmediatez son modos hegemónicos del discurso solidario que se instauran como norma desde esta primera etapa. Una de las razones es que estas organizaciones se dieron a conocer gracias a su acción en “desastres humanitarios” y uno de los aspectos que con mayor facilidad conectó con los destinatarios fue su labor en emergencias y en el envío de ayuda.

Hay varios motivos que explican el porqué de la rápida cristalización del discurso sobre emergencias y ayuda humanitaria. En primer lugar, cabe plantear que este tipo de acciones son las que generan mayor consenso y legitimación, por lo que son rápidamente apoyadas por la población general y financiadas por las instituciones. Por ejemplo, en el caso de los fenómenos atmosféricos extremos se puede realizar un relato de orden causa: hay una causa clara –una catástrofe natural- y una consecuencia en que se ven afectadas personas que no son culpables de lo sucedido. Funciona sin cuestionamientos porque los límites entre víctima y responsable están absolutamente claros y definidos en el relato de las catástrofes. Además, la causa tiene su origen en la naturaleza, a la situación se le puede aplicar la idea de azar y a las víctimas la de haber tenido mala suerte. Cualquiera, incluido el destinatario podría haberse encontrado en dicha situación o puede hacerlo en el futuro. Los relatos publicitarios que acompañan a estas situaciones pueden interpretarse como una traducción de la parábola cristiana del buen samaritano, es decir, de la ayuda inmediata movilizada a partir de la esencia humana compasiva que opera al margen del discurso y se centra en la emoción y la acción inmediata frente al sufrimiento de un semejante. Por otro lado, este tipo de acción caritativa y de socorro es una consonante de los patrones de ayuda tradicionales que desde hace décadas venían desarrollando las organizaciones católicas como Cáritas y en el ámbito sanitario Cruz Roja.

Las emergencias son espacios que recrean, en cierta medida, este ideal de acción no medida. La identificación empática funciona de manera automática y la publicidad no tiene que desplegar prácticamente ningún argumento para persuadir a los destinatarios, sino que todo el esfuerzo en estos anuncios se concentra en llamar la atención y ofrecer la información necesaria, con la mayor claridad posible, para facilitar la captación de recursos. Si hubo un hito en la recaudación de fondos a través de las emergencias fue el huracán Mitch en 1998 que

afectó a Venezuela y Honduras, un hecho que no volvió a repetirse hasta 2005 con el tsunami que asoló el sudeste asiático.<sup>345</sup>

La petición de recursos para ayuda humanitaria y emergencias es el tipo de publicidad que más se difunde durante este primer periodo, de ahí que al correr en paralelo con la búsqueda de identidad y posicionamiento social de las ONGD, éstas quedasen identificadas, fundamentalmente, con este tipo de actividad. La emergencia sirve de reclamo no sólo para la obtención de recursos puntuales con los que atender a una situación específica, sino que a través de ellos se adquirió gran parte del capital simbólico que perseguían las ONGD con el fin de ahondar en su condición de agentes sociales expertos en desarrollo. Durante bastante tiempo, el marco explicativo de las emergencias se ha aplicado al conjunto de sus actividades, todo se teñía de la modalidad de urgencia, condicionando la construcción de un perfil y una identidad más complejas en las que tuvieran cabida otros ámbitos de acción y prácticas que se han ido abriendo un hueco y visibilizando con el paso del tiempo. Por otro lado, las emergencias basadas en catástrofes naturales como sucesos fortuitos e imprevisibles fueron un modelo que se utilizó intensivamente para referirse a múltiples situaciones: hambrunas, guerras, éxodos, etc. Es un modelo narrativo <sup>346</sup>que ha servido no sólo para hablar de solidaridad y para aproximar la cooperación para el desarrollo, sino que tiempo después sigue siendo una forma de abordar, comprender y narrar ciertos conflictos.

Estos anuncios también son insertados gratuitamente y su composición es muy sencilla. Esta simplicidad adquiere espesor y complejidad a través de las relaciones intertextuales que estos anuncios mantienen con las informaciones periodísticas a través de las cuales, supuestamente, se explican los acontecimientos. En los anuncios se menciona el acontecimiento o la situación catastrófica, dando por supuesto que los espectadores conocen dicha situación y comprenden el contexto, es decir, se hacen una composición de lugar de lo que ha sucedido y más aún de lo que puede estar pasando la población afectada. Así mismo, en esta publicidad quedan presupuestas el tipo de acciones adecuadas y la manera en que éstas pueden llevarse a cabo y, así mismo, se informa de la necesidad de colaboración urgente, en exclusiva, de tipo económico y de los canales a través de los cuales esta colaboración puede realizarse. Son los

---

<sup>345</sup> Según el periódico El Mundo, para el tsunami se recaudaron 79 millones de euros, 69 de ellos privados, lo que supone un tercio de la recaudación histórica que se consiguió tras el huracán Mitch (El Mundo, 22 de diciembre de 2005).

<sup>346</sup> Durante la invasión de Irak en el 2002, muchas instituciones incluidas ONGD internacionales pensaban que tendría lugar una crisis humanitaria con un esquema similar a lo sucedido en otras partes del mundo. Sin embargo, no fue así, no se produjo un éxodo masivo y el reparto de la ayuda sufrió retrasos notables. La adecuación a modelos narrativos que actúan como explicación previsible fue uno de los factores que intervino en este caso. Esta influencia es notable en el caso de las narrativas mediáticas sobre conflictos internacionales que son movilizadas por la opinión pública.

primeros ejemplos en los que las ONGD se presentan como expertos y gestores, un posicionamiento que se consolidará y complicará a medida su configuración como actores sociales cristaliza. Médicos del mundo, por ejemplo, utiliza un mismo tipo de anuncio en el año 2000 para Mozambique y en el 2001 para El Salvador en el que se cambia sólo la ubicación geográfica y el tipo de desgracia (lluvias torrenciales y terremoto) (Figura 99). La consigna es “emergencia” y “ayuda urgente”, con la mera aparición de estas palabras se activa toda una serie de conocimientos y valores presupuestos, pero además su enunciación por parte de las ONGD presupone una estructura sentimental que dicta un prototipo de emoción adecuado frente a la situación presentada.

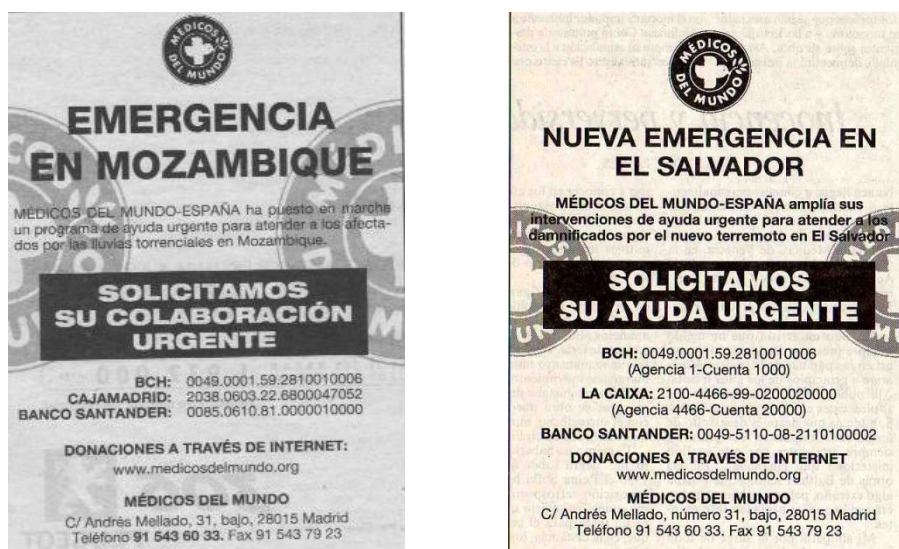


Figura 99 Médicos del Mundo (2000 y 2001)

La relación intertextual desde la que opera la publicidad de emergencias es recogida en los propios anuncios de las ONGD, por ejemplo, Ayuda en acción para hablar de las inundaciones en Mozambique afirmaba en el año 2000: “*Qué podemos mostrarte...que no hayas visto ya. Mozambique necesita tu ayuda*”. Este es uno de los casos en los que se muestra con claridad la íntima relación que se establece entre las imágenes y los relatos de los medios de comunicación y los producidos por las ONGD. Ambos discursos interactúan y se dotan de sentido de forma complementaria, una llamada a la solidaridad y a la sensibilidad humanitaria es el valor añadido que la popularización de la solidaridad concede a las informaciones mediáticas, y a la inversa la relación intertextual inviste de valor informativo a los discursos publicitarios de las organizaciones.

Dos anuncios del año 2000 de Ayuda en Acción (Figura 100) y de Codespa (Figura 101), son ejemplos paradigmáticos de este tipo de campañas que se publicaron de manera intensiva entre 1999 y el año 2002. En emergencias posteriores se volvieron a difundir este tipo de



publicidades, sin embargo ya no con tanta frecuencia, en primer lugar porque los canales de comunicación entre las ONGD y los destinatarios se han diversificado y su presencia en medios de comunicación convencionales se ha restringido -una tendencia que se hizo posible gracias a su institucionalización.

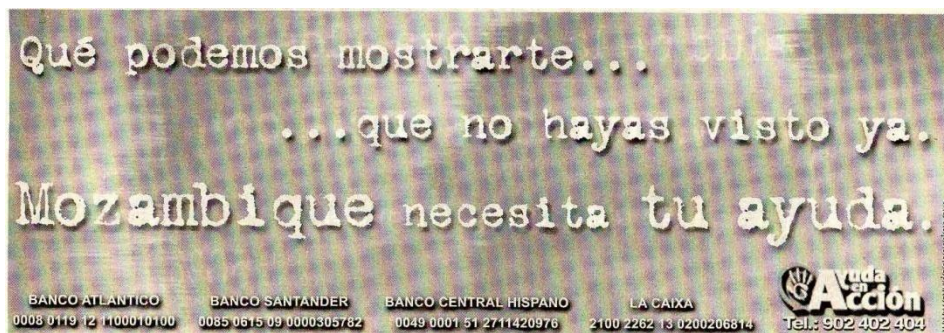


Figura 100 Ayuda en Acción



Figura 101 Cruz Roja (2000)

Junto a la publicidad de emergencias destaca de esta primera fase el apadrinamiento, ejemplos paradigmáticos de la tónica sentimental. Podríamos establecer una línea de continuidad desde el Domund hasta el apadrinamiento reforzada pese a las notables transformaciones que ha experimentado. En paralelo a su fortalecimiento han crecido también sus críticas que, básicamente, acusan al apadrinamiento de ser una estrategia paternalista, cuando no explícitamente racista. Entre estas voces críticas, Mesa (1994) calificó a este tipo de estrategia “ayúdame ojos” y Sogge (1998) la incluirá como parte de la “pornografía del hambre”. Desde estas primeras críticas académicas han sido muchos los autores que han analizado y rechazado esta práctica que, sin embargo es, sin duda, la que mejor ejemplifica la estrategia discursiva tradicional de las ONGD. Ayuda en Acción (Figura 102), junto con Intervida son las organizaciones que más han elaborado este recurso. La metáfora de la lotería y la suerte de vivir en la parte adecuada del mundo relacionan los discursos del apadrinamiento con los de las catástrofes y las emergencias.

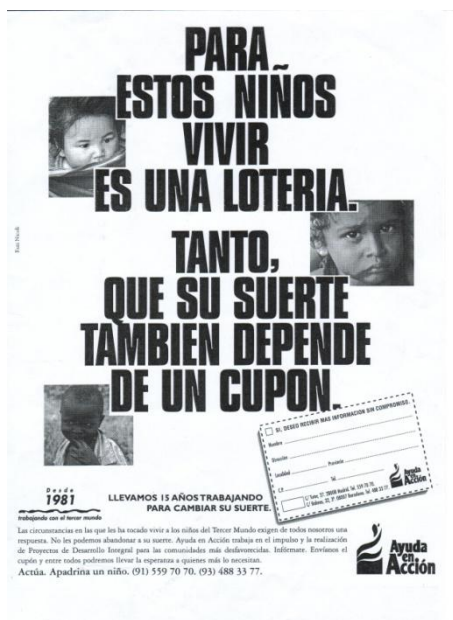


Figura 102 Ayuda en Acción (1997)<sup>347</sup>

apadrinamiento, el coste y el teléfono –un 902 que durante mucho tiempo se identificó como un mecanismo para hacer negocios– y en el segundo, ya con un logo se presenta como organización capaz de intervenir en una emergencia. La indefinición se solventa gracias a la coherencia que concede la implicación de las tópicas discursivas, ya asentadas.

Durante esta primera etapa no todo es producción consensuada, ya se detectan en esta fase las primeras voces disidentes, por ejemplo, aquellas que solicitan, una profesionalización del ámbito comunicativo, gracias a un mayor trabajo transversal entre las áreas de educación para el desarrollo, captación de fondos y

Las estrategias de apadrinamiento y emergencia son la herencia principal de esta primera época, tan reconocibles y consolidadas que fue posible publicar anuncios diseñados con la mayor economía de signos y que movilizandando las palabras y los enunciados tópicos más básicos conseguían la interpretación adecuada gracias al territorio de presupuestos que el discurso solidario estaba construyendo. Un caso que resulta paradigmático en nuestra muestra es el de Infancia Sin Fronteras, una organización de la que tan sólo hemos localizado dos anuncios de principios de la década de 2000 (Figura 103). El primero recurre al apadrinamiento, no tiene que hablar de sí misma como organización, es suficiente con el lema, el



Figura 103 Infancia Sin Fronteras



<sup>347</sup> “Las circunstancias en las que les ha tocado vivir a los niños del Tercer Mundo exigen de todos nosotros una respuesta. No les podemos abandonar a su suerte. Ayuda en Acción trabaja en el impulso y la realización de Proyectos de Desarrollo Integral para las comunidades más desfavorecidas. Infórmate. Envíanos el cupón y entre todos podremos llevar la esperanza a quienes más lo necesitan. Actúa. Apadrina un niño”.

comunicación externa. Además, se reclama también una ampliación de los marcos interpretativos en la cooperación para el desarrollo para que toda la labor realizada no quede subsumida y simplificada en el marco de la ayuda humanitaria. Sin embargo, estas voces disidentes y las tendencias hacia las que apuntan aún tardarán mucho tiempo en obtener la relevancia que han logrado una década después. Antes de que todas ellas orienten el campo discursivo de la solidaridad hacia nuevas sensibilidades habrá que pasar otra etapa en la que “todo fue solidario”.

### **5.4.2 La solidaridad mercantilizada: Cuando todo fue solidario (2001-2005)**

Si algún aspecto caracteriza esta segunda etapa es la profesionalización de las ONGD que va de la mano, por un lado, de la gestión de proyectos y la intervención humanitaria y por otro, de la comunicación. En este último caso, la profesionalización afecta en primer lugar a los gabinetes de prensa, para hacerse extensivo después al área de marketing<sup>348</sup>. Las ONGD incrementan el presupuesto para el área de comunicación y marketing y fortalecen sus relaciones de colaboración con las agencias de publicidad que se había iniciado en la etapa anterior. Además de la inserción gratuita de anuncios en medios, gracias a la importancia y el posicionamiento obtenido, las ONGD consiguen el diseño profesional de las campañas, en principio, de forma gratuita. Una poderosa razón que tienen las agencias para lograr este tipo de colaboración desinteresada es que, como veremos, se encuentran en unos años en los que el valor de la solidaridad está en auge, y crear campañas sobre asuntos sociales y solidarios es una forma de posicionarse como empresa, al margen de la existencia de compromisos éticos particulares. Por otra parte, estas agencias también pueden desarrollar su trabajo creativo con menos imposiciones de las que, habitualmente, establecen los clientes comerciales, ya que en los casos de las campañas para las ONGD, las organizaciones al no pagar tienen un menor margen de maniobra y negociación. De la colaboración entre agencias y ONGD, las primeras en algunas ocasiones sacaban otro tipo de rendimientos no económicos, al menos de manera directa, por ejemplo al presentarse a concursos de creatividad. Estas relaciones, cuando han sido muy desiguales o no han estado controladas por la ONGD han dado lugar a campañas que contenían incoherencias entre el mensaje que una organización presentaba en la publicidad y el que se hacía desde otras áreas y en otro tipo de documentos. Uno de los múltiples casos que

---

<sup>348</sup> El proceso de profesionalización de las ONGD corre en paralelo con la popularización y teorización acerca del Tercer Sector.

se pueden encontrar de estas conflictivas colaboraciones es el de una campaña de Amnistía Internacional (Figura 104) que, aunque muy valorada entre los profesionales de la publicidad, fue vetada por los miembros de la organización por su agresividad, ya que se trataba de una parodia de un cuaderno de colorear infantil, en el que mediante dibujos se mostraban violaciones de derechos humanos infringidas sobre menores.



**Figura 104 Campaña Amnistía Internacional (2004)**

La conformación de los discursos hegemónicos sobre solidaridad y ONGD en la publicidad social coincide también en el tiempo con otros fenómenos como la promoción intensiva del voluntariado y los programas de subvenciones públicas de proyectos de cooperación, que se incrementan con el desarrollo del sistema de cooperación descentralizada. Voluntariado y ONGD se promocionan al unísono y se entrelazan tejiendo una red de referencias mutuas.

Durante esta etapa el aumento creciente de organizaciones, y su presencia constante en los medios de comunicación, hace que la noción de solidaridad parezca hacerse ubicua y se fortalezca hasta el punto de que era considerada un concepto, un valor y una expresión que representaba una moda o tendencia en la sociedad española. En la revisión cronológica esta tendencia, que se alarga desde 1999 hasta aproximadamente seis años después, consiguió que todo se volviese solidario, y que a este fin fueran útiles todo tipo de soportes, géneros y formatos (Figura 105, Figura 106 y Figura 107).





Figura 105 Fundación IUVE Agenda de la Solidaridad (2002)

Pero, sobre todo, se convirtió en un atributo que teñía, como valor añadido, los discursos empresariales e institucionales –administraciones públicas, instituciones educativas o el ejército-. Este panorama solidario estaba construido a través de la utilización intensiva del término Solidaridad y de otros que, en aquel momento, marcaban las reivindicaciones: como el 0,7% del PIB. Durante la etapa en que todo fue solidario los logos de las ONGD estaban presentes por doquier y muy a menudo iban de la mano de los logos de las empresas<sup>349</sup>.

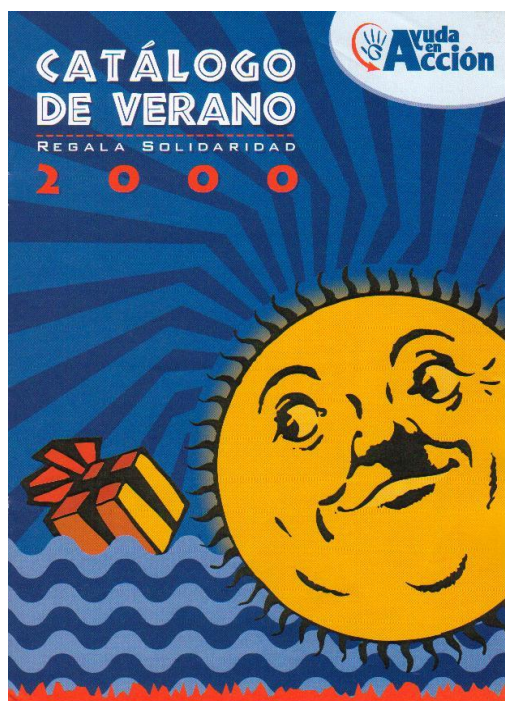


Figura 106 Ayuda en Acción (2000)

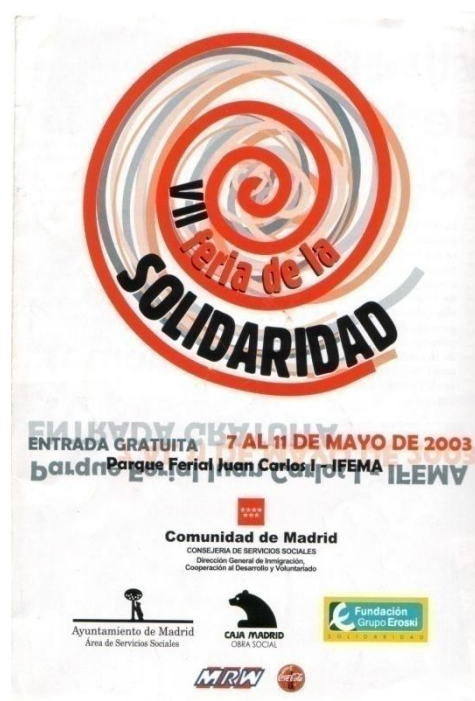
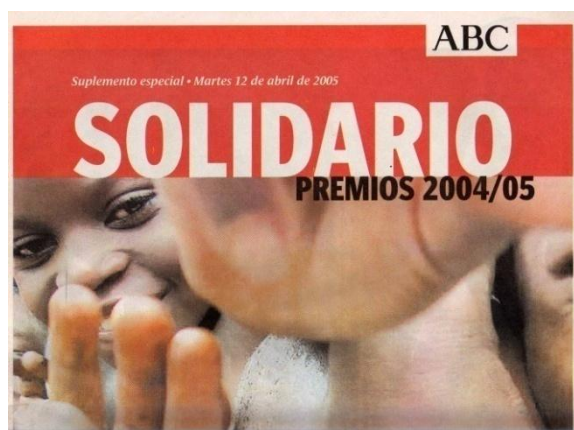


Figura 107 VII Feria de la solidaridad (2003)

<sup>349</sup> En un estudio con grupos de discusión que formó parte de las investigaciones de esta tesis, se detectó la irritación que esta presencia masiva provocaba entre los públicos, pero lejos de mostrar una irritación asociada a la invasión de logos y lógicas mercantiles, lo que se rechazaba de forma mayoritaria eran las sanciones morales y las llamadas a la culpabilidad insertas en el discurso solidario.

En Mayo de 2002 El País Semanal dedicó su portada a “18 españoles que luchan por una sociedad más justas”, que proclaman que “queremos cambiar el mundo”, en ese mismo año la revista establece durante algún tiempo la sección “solidaridad” para dar cuenta de esta nueva moda o movimiento que tenía lugar en España, también entrevista al director de Intermón Oxfam, síntomas de que las ONGD comienzan a ser actores sociales relevantes y el voluntario una figura social reconocible.

En otro suplemento de prensa femenina se escribía: “La solidaridad está de moda, el 2001 ha sido elegido por la asamblea general de la ONU como año internacional de los voluntarios. Este puede ser un buen momento para que tú seas uno de ellos. Con un minuto, basta”. El mismo año, el suplemento Nuevo Trabajo del ABC (Figura 108), publica el titular “Invertir en solidaridad es rentable”<sup>350</sup>, en el mismo



**Figura 108 Suplemento especial sobre los Premios Solidario (2004) del ABC**

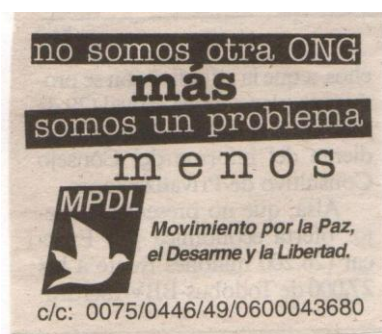
suplemento en el 2003 hay un artículo titulado “Aprende ayudar”, de la sección de formación, en el se mantiene que “en la actualidad estas organizaciones han sufrido una evolución meteórica y, tanto han cambiando frente a la idea original que la formación de una técnica específica para su gestión resulta casi imprescindible”. Dos años antes, Zona U, el suplemento universitario de El País en su edición de 15 de Febrero abre su portada con el titular “La universidad un filón profesional para las ONG. Las organizaciones sociales emplearán a más de 50.000 personas”. Esta es sólo una pequeña muestra de lo que se recogía en la prensa durante estos años.

Habían quedado clarificados ciertos aspectos y rasgos comunes asociados a la marca ONG, por ejemplo, el carácter no gubernamental, no lucrativo, el apoliticismo, el movimiento sin fronteras y una voz, suficientemente autorizada, como para poder participar en organismos e instituciones públicos del ámbito de la cooperación<sup>351</sup>. En este contexto, muchas ONGD

<sup>350</sup> El artículo continúa: “la empresa socialmente responsable es un concepto cada día más conocido por los ciudadanos y mejor valorado por los mercados. Ya no es suficiente con que una firma genere suculentos beneficios para sus accionistas, ahora se le pide además que sus productos y servicios contribuyan al bienestar de la sociedad, que sus actividades preserven el medio ambiente, o que apoyen a las personas más desfavorecidas. (...) El sector empresarial ha visto como en los últimos años se ha ido desarrollando en su seno un tipo de compañía cuyos objetivos no sólo se dirigen a la rentabilidad económica. Es la empresa socialmente responsable un modelo solidario que trasciende la mera caridad o la filantropía”.

<sup>351</sup> Con el tiempo estos rasgos de lo antiburocrático, apolítico y no gubernamental han tenido que ser sometidos a una profunda revisión por parte de las ONGD, pero en este momento fueron acogidos

deciden desarrollar estrategias de diferenciación para no quedar subsumidas bajo el paraguas de la identidad general con la que se había dotado el colectivo, ya que este posicionamiento genérico por sí sólo no aseguraba la captación de fondos, precisaban diversificar sus fuentes de recursos y obtener fondos privados para ganar independencia y fortalecerse como organización. Además, el baile de siglas y la aparición de muchas organizaciones con una presencia y existencia fugaz provocaron en muchos casos la desconfianza de los destinatarios. Por esta razón, se pueden leer en esta época lemas como: “no somos una ONG más, somos un problema menos” (Figura 109). Apostar por una estrategia diferencial era también una fórmula



**Figura 109 Campaña MPDL (2001)**

para sostener una relación de confianza con socios y donantes potenciales.

Hemos situado el comienzo de esta segunda etapa justo después de un par de años decisivos en los que aparecen las primeras campañas de marketing con causa, algunas de las cuales quedarán como ejemplos paradigmáticos de la colaboración entre ONGD y empresas y en que surgen también los sentidos mercantilizados de la solidaridad.

Conviene señalar que esta renovada colaboración entre ONGD y empresas agudizó, desde nuestro punto de vista, la sensación de indefinición y desconfianza que se estaba generando en el espacio social habitado por las ONGD. Estas primeras campañas pertenecen a parejas como: Ram y UNICEF<sup>352</sup> Erickson y Ayuda en Acción (Figura 110), Pepsi y Médicos sin Fronteras y la polémica campaña de la que hablaremos un poco más adelante Fortuna 0,7%. Desde su aparición, estas campañas –cada vez más sofisticadas y diversas– estuvieron ligadas a los tiempos cíclicos de la Solidaridad, es decir, fueron campañas navideñas y además emplearon casi siempre como estrategia la desactivación de la crítica que en principio las acompañaba procurando legitimar

---

como muestra de un espacio antisistema, que incluso se mantuvo cuando muchas de estas ONGD vieron que no encontraban cabida “cómoda” en el movimiento de resistencia global. Podemos reflexionar sobre esta situación a través de las palabras de Noemi Klein: “Cuando lo pienso, descubro que el problema básico era la suposición casi indiscutida de que sólo porque un entorno o un estilo son diferentes (esto es, nuevos y aún no generalizados), por fuerza existen en oposición a lo general, y no se limitan sencillamente a mantenerse pacíficamente en sus proximidades” (Klein, 2001:114).

<sup>352</sup> El anuncio está formado por dos imágenes, en la primera se ve un niño de raza negra con un caso y una pala de minero, el texto que acompaña a la fotografía dice: “No hay derecho. Trabaja para comer. Come para vivir...No hay derecho”. A este anuncio se le contrapone una fotografía de primer plano de un niño de raza caucásica –tez blanca y pelo rubio–, evidencias que lo categorizan como un niño desarrollado, en este caso el texto afirma: “Algunas madres tienen un problema a sus hijos no les gusta la leche. Cada vez que compres leche Ram sin que te cueste nada estarás enviando leche a los niños que más lo necesitan. Para que ningún tenga que trabajar para comer. Para que algún día no haya ningún niño sin leche”.



el argumento del fin justifica los medios. Un año después el mensaje siguió en la misma línea: “Algunos dicen que colaborar con una ONG sólo sirve para lavar las conciencias. Otros pensamos que lo único importante es colaborar”, un argumento similar en el que sin embargo se ha producido un cambio significativo del que tendremos que dar cuenta a lo largo del análisis, pues las cuestionadas ya no son las empresas, sino las ONGD.



**Figura 110 Fragmentos Ericson y Ayuda en Acción (2000)** <sup>353</sup>

Estas campañas junto a las empresas permiten establecer un nuevo panorama de ONGD en competencia, pero no se puede olvidar que, al mismo tiempo, estas organizaciones están trabajando para dotarse de una identidad colectiva, para fijar la marca ONG, de la que después derivará -con un estatuto propio- la de ONGD.

Todas las ONGD, al igual que la mayoría de las empresas e instituciones públicas, están dotadas de una identidad corporativa, dentro de la cual la marca ocupa un espacio privilegiado. Según Adam y Bonhomme (2000:76-77), la marca<sup>354</sup> cumple para una institución

<sup>353</sup> “Colarse en el autobús. Vender souvenirs a los turistas. Pedir monedas. Limpiar parabrisas. No crees que muchos niños deberían educarse en otro tipo de materias? Yes. No. Sí. Esta Navidad Ericsson va a hacer feliz a muchos niños. Todo gracias a ti. Porque cuando adquieras un teléfono móvil de la gama Ericsson una parte del valor del mismo irá a manos de Unicef. Y a las tuyas un obsequio conmemorativo muy especial con el que queremos darte las gracias. La felicidad de muchos niños está en tus manos. Esta Navidad, hazte escuchar”.

<sup>354</sup> En pleno auge de las marcas a comienzos de la década de los 90, Ibáñez reflexionaba de esta forma al respecto de las marcas: “La marca de un producto no marca ya el producto, marca al consumidor como miembro del grupo de consumidores de la marca. Los lanzan: ¿hacia dónde? Ahí está el problema: hacia ningún lugar. No importa a dónde vamos, lo que importa es qué deprisa vamos” (Ibáñez, 1990:36). En una línea similar Klein considera que “la marca se auto-inventaba cada vez y actuaba como una esponja de las culturas, absorbiendo el entorno y alimentándose de él” (Klein, 2001:45). Si la cultura es el sustrato del que se alimentan las marcas para conformar sus valores añadidos, sus horizontes de sentido y con ello su potencial significativo, su hacer performativo las convierte en objetos y, más aún, acontecimientos culturales que organizan parte de nuestra visión sobre el mundo. Un caso evidente de

una triple función, en primer lugar singulariza a la organización, la personaliza; en segundo lugar, la tematiza, es decir, ofrece una base informativa sobre la que se sostiene el resto de los mensajes que transmitirá la organización; y por último, cumple una función testimonial dado que permite a la institución posicionarse, fijarse, es decir, estabilizar su identidad y comprometerse con un discurso a lo largo del tiempo.

El modelo publicitario impuesto en el sistema capitalista de mercado, del que participan las ONGD y el resto de actores del tercer sector, está basado en las marcas y en un sistema de expansión de las mismas de tipo invasivo, característica señalada por autoras como Klein (2001) en su conocida obra *No logo*. Existe una tendencia a saturar el espacio y los canales para contactar con los consumidores, frente a esta saturación el posicionamiento de la marca propia resulta imprescindible<sup>355</sup>. Tras un proceso en el que los productos y las instituciones dejaron de diferenciarse con claridad con respecto a su constitución y caracterización, las marcas se transforman en una herramienta básica a través de la cual posicionarse en relación a otros actores, ya sean otras ONGD, ya sean otros agentes –empresas, organismos públicos– que compiten por recursos tanto económicos como simbólicos: credibilidad, autoridad, etc. La publicidad en un entorno de creciente indiferenciación pasa de informar sobre los productos y las organizaciones, a “construir una imagen relacionada con la versión de los productos que se fabrican bajo una marca determinada” (Klein, 2001:34).

Lograr una identidad de marca fuerte no sólo posiciona a una ONGD en el espacio de las ONGD en competencia, como decimos, sino que la singulariza frente a los ciudadanos consumidores y le otorga una posición de privilegio y fuerza frente a otros agentes con los que negocia: empresas, administración pública, medios, etc. La década de los 90 es un momento de proliferación de organizaciones, la etapa del *boom*, que además coincide con una creciente crisis de confianza y legitimidad de éstas, debida –en parte– a este mismo contexto de auge y crecimiento, en el que crear y consolidar una imagen de marca, fuerte y reconocible, es básico para el conjunto del Tercer Sector y de cada una de sus organizaciones, sobre todo, de aquellas con vocación de crecimiento y expansión internacional. Al igual que las empresas, las

---

este hacer y pionero ha sido la marca Benetton que si bien incomodó al principio tanto a las empresas, como a las organizaciones e instituciones se ha convertido en el modelo hegemónico de la publicidad actual basado en la hibridación de géneros comunicativos y la indefinición de un posicionamiento enunciativo en la frontera entre el discurso empresarial y el discurso social.

<sup>355</sup> “Los logos, por la fuerza de su ubicuidad, se han convertido en lo más parecido que tenemos a un idioma internacional, y se los reconoce y comprende en muchos idiomas más que el inglés” (Klein, 2001:27). Klein explica en su obra cómo a partir de la década de los 90 se extendió la idea de que las empresas de éxito debían producir marcas y no productos. De esta forma, se consolidó la noción de que la marca “es el significado esencial de la gran empresa moderna, y la publicidad un vehículo que se utiliza para transmitir al mundo ese significado” (Klein, 2001:32).

ONGD se ven impelidas, al seguir las normas dictadas por el mercado capitalista, a buscar su personalidad.

En consonancia con el mercado comercial, las ONG se dan cuenta del enorme potencial que existe en la asociación de valores y sentimientos a una marca, más en un espacio en el que lo que se promociona, realmente, son objetos intangibles como la solidaridad. El proceso semiótico que acompaña a las estrategias discursivas del momento persigue que las marcas se independicen paulatinamente, no sólo se fijen en el espacio socio-discursivo, sino que adquieran personalidad, autonomía para funcionar como índices de universos y horizontes de sentido singulares.

El interés por la fortaleza de las marcas llega al ámbito de las ONGD de la mano del marketing con causa que irá evolucionando hacia las fórmulas contemporáneas de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Esta estrategia fue objeto de fuertes debates entre las ONGD y dio lugar a declaraciones y códigos de conducta, así mismo impulsó estudios y reflexiones – académicas y periodísticas- tanto a favor como en contra de la relación comercial entre ONGD y empresas<sup>356</sup>.

Si todo puede venderse y más cuando los productos, y las empresas, se tornan inmateriales, también es posible aplicar los criterios de venta y las lógicas del marketing a la promoción de la acción social. Bajo esta máxima se desarrolla todo el campo del marketing social, con la teorización de Kotler a la cabeza. Un enfoque que desde el 2000 está plenamente normalizado y estabilizado en España<sup>357</sup>.

Los partidarios de esta técnica de captación de fondos apostaban por generar identidades de marca fuertes en las organizaciones que lograsen situar a la ONGD en una posición de dominio y ventaja con respecto a la marca comercial con la que desarrolla la campaña<sup>358</sup>. Al buscar el

<sup>356</sup> En el año 2001, la CONGDE elabora el “Documento guía para la relación con empresas”, a raíz del conflicto que generó la polémica campaña Fortuna 0,7%. Un año antes, Codespa había creado ya el premio “Empresa Solidaria”. David Álvarez Rivas, presidente de la CONGDE en 2004 afirmaba: “El marketing “solidario” tiene un compromiso social perecedero y no contribuye ni a la sensibilización ni al cambio de mentalidades. La colaboración entre empresas y ONG es deseable y hasta legítima pero regulada por unos valores y principios donde las organizaciones no deben renunciar a poder enarbolar la denuncia de las desigualdades”. Se refiere a un debate que a lo largo de esta década no se ha zanjado. Se puede revisar parte del mismo en trabajos como el coordinado por Nieto (2002) *La ética de las ONGD y la lógica mercantil* que elabora una visión crítica de esta colaboración, o bien obras como la de García Izquierdo (2000) *El valor de compartir beneficios. Las ONGD y el marketing con causa: retos* que se posiciona a favor de este tipo de estrategias.

<sup>357</sup> En EEUU este proceso tuvo lugar mucho antes y sus modos y lógicas se tradujeron al panorama español algún tiempo después. Explica Klein que “cuando el patrocinio comenzó a reemplazar a la financiación pública a mediados de la década de 1980, muchas empresas que habían acudido a esta práctica dejaron de considerarla un híbrido de filantropía y de promoción de la imagen y comenzaron a tratarla exclusivamente como un instrumento de marketing y además muy eficaz” (Klein, 2001:61).

<sup>358</sup> Un ejemplo de esta actitud la representa el artículo de Olivares (2000), en el que se propone que, al margen de los criterios éticos que pueden guiar la decisión de colaborar con empresas, lo cierto es que,

incremento de marcas de ONGD reconocibles y dotadas de reputación, prestigio social y confianza, esas ONGD perseguían competir en pie de igualdad con las marcas empresariales e institucionales, sin embargo durante los primeros años esta situación estaba aún muy lejos de alcanzar ese objetivo. Lo más general era que las relaciones no fuesen equitativas. Las empresas incorporaban los valores de las ONGD y los hacían suyos, saliendo beneficiadas en la mayor parte de los casos, con respecto a lo que obtenía la organización, no sólo en el corto plazo, sino también en el largo plazo en relación a los objetivos y metas que ellas mismas declaraban perseguir. La falta de límites y la indefinición trajeron consigo polémicas campañas como la de la marca de tabaco Fortuna (Figura 111).



**Figura 111 Fortuna 0,7% (2000)**

Esta fue una de las más polémicas y la que logró abrir un importante debate en el seno de la CONGD y entre diversas ONGD. La postura de las ONG críticas, aunque no quedó silenciada, nunca tuvo el mismo impacto que las campañas de marketing con causa y podría decirse que perdieron la batalla las posturas que abogaban por una diferenciación clara entre el Tercer Sector y las empresas.

Pese a las voces críticas que alertaron sobre los inconvenientes de este tipo de colaboraciones (Figura 112) y, más aún, de la asunción de modelos empresariales en el ámbito solidario,

---

en su opinión, “el mundo empresarial está adquiriendo a “precio de saldo” (0,7% del importe de las ventas, en el mejor de los casos) unos valores que de hacerlo por las vías más habituales en el marketing contemporáneo como las antes mencionadas le resultaría infinitamente menos rentables (...) Cualquier intento de consecución de valores universales como los que aquí nos ocupan mediante estrategias comerciales y publicitarias mancomunadas con ONG, podría suponer para éstas una más elevada retribución de la que actualmente se produce. En la medida que las ONG gestionen las iniciativas alejadas de la típica actitud pedigüeña más propia de un rancio patrocinio que siempre las ha caracterizado y se acerquen al ámbito de una estrategia mancomunada, bien a través del licensing, cobranding o joint-venture, se obtendrá un más justo precio por dicha transferencia de valores” (Olivares, <http://ehu.es/zer/zer9/olivares.html>).

muchas organizaciones adoptaron esta línea de comunicación, con mayor o menor intensidad y hoy en día es una práctica habitual en el tercer sector. Las primeras campañas que adoptan estas estrategias de marketing comercial resultan especialmente polémicas porque rompen con un tono y un estilo que ha caracterizado desde hace décadas, incluso siglos, la promoción de la caridad, la filantropía y la solidaridad. Las dos

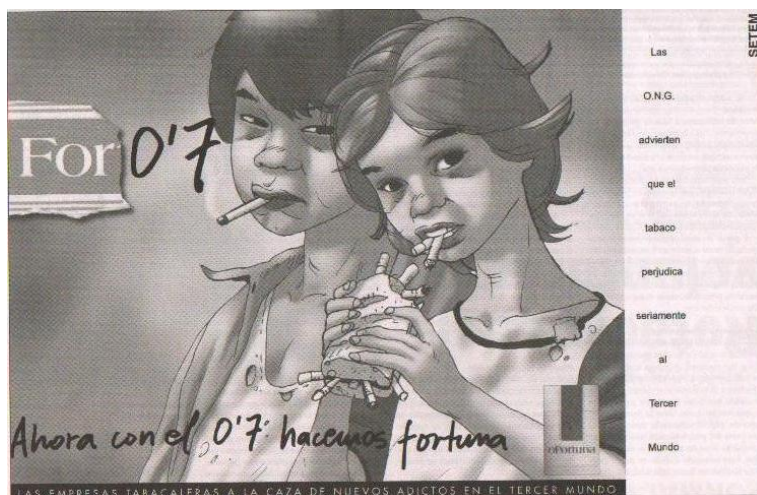


Figura 112 Setem (2000)<sup>359</sup>

organizaciones que, desde nuestro punto de vista, suponen la punta de lanza de esta táctica son: Anesvad e Intervida que, de hecho, algunos años después tendrán que abandonar la CONGDE por no adaptar sus campañas al código de conducta.

La campaña más controvertida, que marcará un antes y un después en la publicidad de las ONGD, es aquella en la que Anesvad utiliza la imagen de Lady Di para reclamar la colaboración del destinatario (Figura 113). El objetivo de esta campaña era funcionar a través del rumor, despertar la polémica y hacer hablar<sup>360</sup>.

Esta organización, como muchas otras, comprende los proyectos y valores como objetos de venta, a los destinatarios como clientes y los beneficiarios de sus proyectos en sus discursos son un fondo, como vemos en la imagen, en el que se desarrolla la relación individualizada entre promotor y cliente. Este tipo de campaña supone un cierto desplazamiento ya que no se critica únicamente por aludir a la representación modélica propia de la pornografía de los desastres, sino que se centra en el sustrato emotivo de los espectadores desarrollando estrategias que si bien movilizan la culpabilidad también se orientan a aportar una fuerte sensación de poder a los destinatarios.

<sup>359</sup> "Las ONG advierten que el tabaco perjudica seriamente al Tercer Mundo. Ahora con el 0,7% hacemos fortuna. Las empresas tabacaleras a la caza de nuevos adictos en el Tercer Mundo".

<sup>360</sup> "La publicidad cuenta con el hecho de que sus mensajes circulan como las conversaciones. Circulan como los chistes, (...) que son historias contadas de boca en boca, retomadas en la circulación y que son muy importantes en nuestra sociedad". (Fabbri,1990:29) Cada vez se recurre más a la publicidad enigmática y complicada que pretende, más que mostrar algo, que se hable de ella.



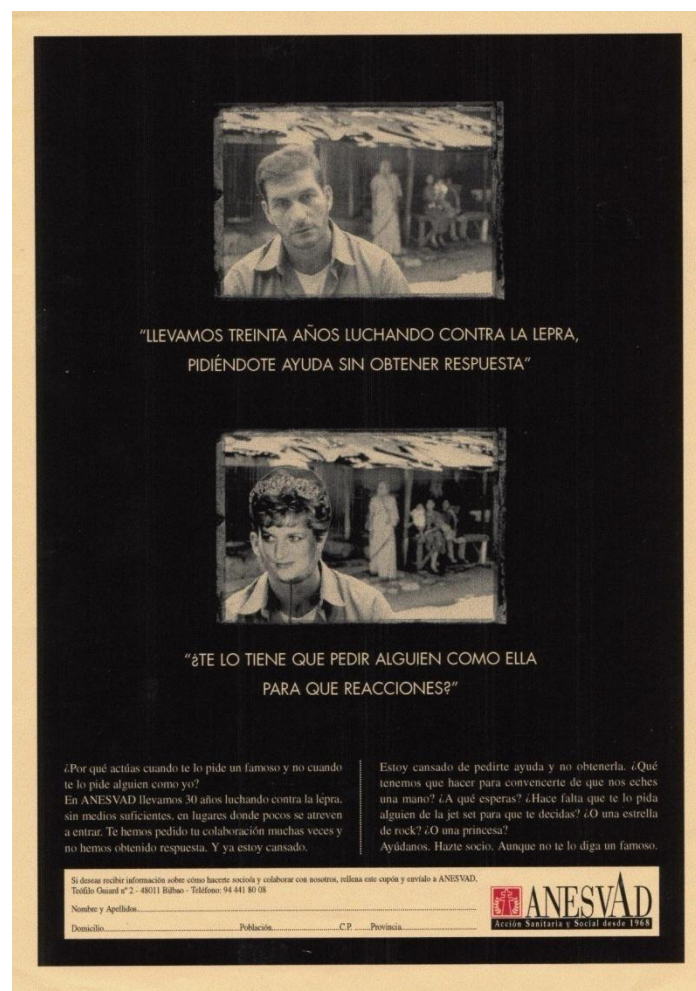


Figura 113 Anesvad (2001)<sup>361</sup>

Aunque Anesvad ha sido fuertemente criticada por su sensacionalismo y agresividad no ha sido la única que ha adoptado plenamente las posiciones del marketing, desde una línea –digamos– amable hay otras ONGD que han potenciado y utilizado estos instrumentos, aún más si cabe. Entre todas destaca Intermon Oxfam, el prototipo de organización capaz de haber generado una marca global, al mismo nivel que Amnistía Internacional o Greenpeace.

<sup>361</sup> "¿Por qué actúas cuando te lo pide un famoso y no cuando te lo pide alguien como yo? En ANESVAD llevamos 30 años luchando contra la lepra, sin medios suficientes, en lugares donde pocos se atreven a entrar. Te hemos pedido tu colaboración muchas veces y no hemos obtenido respuesta. Y ya estoy cansado. Estoy cansado de pedirte tu ayuda y no obtenerla. ¿Qué tenemos que hacer para que nos eches una mano? ¿A qué esperas? ¿Hace falta que te lo pida alguien de la jet set para que te decidas? ¿O una estrella del rock? ¿O una princesa? Ayúdanos. Hazte socio. Aunque no te lo diga un famoso."

El trabajo de Oxfam (Figura 114), supuso en España un punto de inflexión en el ámbito de la cooperación desde el punto de vista comunicativo. Discursivamente, frente a la estrategia de culpabilización propia de Anesvad, optaron por un enfoque basado en los derechos humanos, fueron pioneros en la introducción de imágenes positivas y en la representación de los otros como sujetos de derechos, aunque no siempre han mantenido esta visión integral y coherente en la estrategia de comunicación global. Fue de las primeras en dotarse de una clara identidad corporativa, color verde, coherencia gráfica, etc. Pero por otro lado, su apuesta por la segmentación de los públicos, en pro de la captación de fondos y socios, le

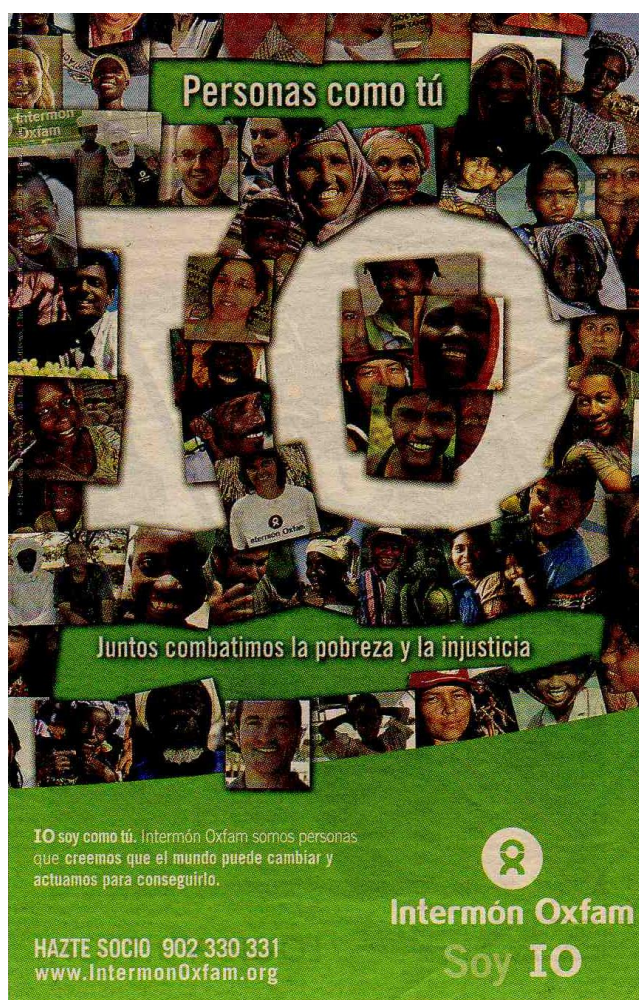


Figura 114 Intermón Oxfam (2005)<sup>362</sup>

ha llevado en los últimos años a difundir discursos enfrentados y contradictorios a través de canales distintos. Por ejemplo, en las navidades de 2008 podía verse en las televisiones generalistas un anuncio que seguía la pauta de la representación hegemónica sentimentalista para la captación de fondos con imágenes infantiles en picado, al tiempo que por internet planteaban una parodia del mismo estilo de representación. Son, además, una de las organizaciones más activas en la construcción de un discurso legitimador de las ONGD en las democracias occidentales, están presentes en la esfera pública a través de instancias de enunciación diversas (una colección editorial, presencia en medios, labor de lobby, desarrollo de estudios e investigaciones de referencia o de vínculos con la academia). Componen un entramado de estrategias e instrumentos que, casi por sí sólo, puede dar cuenta de la evolución del discurso más mercantilizado de las ONGD, con todas sus ambivalencias.

<sup>362</sup> "IO soy como tú. Intermón Oxfam somos personas que creemos que el mundo puede cambiar y actuamos para conseguirlo"





**Figura 115** Acción contra el hambre y Snickers, Mars, Twix y Mars Delight

Gracias a estrategias globales como las de Oxfam, no sólo al auge del marketing con causa y del marketing social como modelo más general. Pese a las reticencias que podían detectarse con respecto a esta colaboración, los criterios del marketing social se impusieron y con ellos se diversificaron las formas de aparición de los logos y las marcas de las ONGD: en publicidades propias, en las

campañas de marketing con causa, a través del correo postal y con el tiempo también del electrónico, mediante el cara a cara en la calle, en los eventos deportivos y culturales, etc. Los efectos de todo este periodo han sido una naturalización e inserción de los logos de las ONGD en los espacios cotidianos.

Por ejemplo, es habitual la asociación de las ONGD y las empresas en los ámbitos relacionados con la alimentación

(Figura 115 y Figura 116), entre este tipo de campañas queremos destacar la que Danone ha realizado en 2009 en colaboración con Cruz Roja, en la que se demuestra el conocimiento que las empresas presuponen a



**Figura 116** Ticket Restaurant- Acción contra el hambre (2007)

los consumidores sobre este tipo de colaboración. La campaña de promoción utilizaba la tapa de los yogures con el slogan: “Juntos sembramos vida. Tú. Cruz Roja- Danone. Más información en la web: [www.juntossembramosvida.com](http://www.juntossembramosvida.com). 1Danone=1 Semilla de vida”. A partir de esta escueta información se supone que el destinatario tiene un conocimiento aproximado del tipo de colaboración que está llevando Danone, sin necesidad de reforzarla de manera intensiva, si bien la campaña incluía algunos anuncios en TV la página web.

Si el objetivo de las empresas y organizaciones durante de década de los 90 es difundir su marca, posicionarla y hacerla reconocible, su grado de presencia y notoriedad es el criterio que mejor mide el éxito de su estrategia comunicativa. Desde este punto de vista, casi cualquier espacio y tipo de producto resultó útil para insertar y visibilizar los logos de las ONGD: los *briks* de leche, los paquetes de frutos secos, los tickets restaurante, las botellas de refresco, los detergentes, etc.

Las marcas de las ONGD, como cualquier otra, establecieron relaciones múltiples, en primer lugar, con sus espacios de memoria -el posicionamiento axiológico e ideológico del que cada una de ellas provenía, ya fuese religioso, político, sindical, etc.-, después se vincularon con los contextos socio-políticos y, por último, con todo ello establecieron un conjunto de relaciones emocionales que apuntaban a estilos de vida determinados. El objetivo es implantar una marca como representación de un estilo de vida que implica adoptar actitudes, valores, apariencias personales e ideas y sentimientos particulares. No obstante, si los estilos de vida han servido como patrón explicativo durante varias décadas, hoy resultan algo insuficientes, ya que la publicidad y el marketing dan un paso más y apuntan a la producción de experiencias<sup>363</sup>. El marketing y la publicidad comercial explotan esta idea de experiencia, de identificación plena con las marcas, por ejemplo, a través de la conformación de lo que hoy se conoce como comunidades de marca. Desde nuestro punto de vista, las ONGD han sido, en gran medida, pioneras en este tipo de producción simbólica, pues durante un periodo parecía más fácil movilizar una comunidad en torno a valores consensuados como la solidaridad en el espacio público, antes que a través de productos o estilos concretos definidos por la compra de una marca comercial determinada. La promoción de los valores solidarios muchas veces incidía en la construcción de experiencias de comunidad a través, no sólo de los eventos solidarios en presencia –conciertos, fiestas, competiciones-, sino de una comunión sentimental mediatizada, gracias a la tópica discursiva desplegada.

---

<sup>363</sup> “La publicidad y el patrocinio siempre han empleado la imagería para hacer de sus productos un sinónimo de experiencias culturales y sociales positivas. Lo que diferencia a las marcas de la década de 1990 es que ahora se trata, cada vez en mayor medida, de extraer esa clase de asociaciones del mundo de las representaciones y convertirlas en realidad vivida” (Klein, 2001:57). Cerca de dos décadas después en el 2008 la idea de que las marcas no hablan de los productos, sino de sus consumidores y de que apuntan a experiencias vividas –compartidas y comunes por cuanto comercializables- se ha naturalizado de tal forma que la propia publicidad puede explicitar este hecho como argumento de venta. Así sucede en un spot televisivo del SEAT León. Una voz en off afirma: “Piensa en esto. Cuando te regalan un reloj, te regalan algo que es tuyo pero no es tu cuerpo, que hay que atar a tu cuerpo con su correa, como un bracito desesperado colgándose de tu muñeca. Te regalan la necesidad de darle cuerda todos los días, te regalan el miedo de perderlo, de que te lo roben, de que caiga al suelo y se rompa. Te regalan la tendencia a comparar un reloj con los demás relojes, no te regalan un reloj, tú eres el regalado”. La pregunta inscrita en el spot es: ¿Quién posee a quien?”

Esta etapa es también aquella en la que la solidaridad desplaza referentes clásicos como la justicia, una sustitución que va de la mano de la aparición de una nueva figura: la organización solidaria profesional, depositaria de un saber experto.

### **a) El entramado de los logotipos**

La identidad visual, en el mercado comunicativo propio de nuestra cultura visual permite a las marcas adquirir un espacio propio y posicionarse. La identidad visual condensa icónica y simbólicamente los valores y propuestas de una organización. El logotipo es un signo verbo-visual central en la construcción de esta identidad visual, es la imagen de la marca, la iconización del nombre de una ONGD, a través del cual se corporeizan, figurativizan las marcas con el objetivo de ser reconocibles y reconocidas. El logotipo cumple dos funciones argumentativas. La primera es la apropiación inmediata de la marca, “identificable y memorizable de un golpe de vista, debido a la compacidad de su emblema”, la segunda es “la valorización del concepto de la marca, a menudo sugerida por el significante icónico” (Adam y Bonhomme, 2000:84).

Los logotipos de las ONGD emplean, mayoritariamente, un conjunto de símbolos culturales limitados. La finalidad reside no sólo en obtener una imagen a través de la cual la organización pueda figurativizarse, sino crear un campo de discursos, valores, relatos, imaginarios y sensaciones al que potencialmente se vinculen un conjunto de destinatarios y que sitúe a la organización como parte de la cultura, del entramado de instituciones y relaciones socio-discursivas que la caracteriza.

El repertorio de signos verbo-visuales de los logotipos de las ONGD se caracteriza por su marcada función alegórica, puesto que se trata de imágenes conceptuales. Según explica Gonzalo Abril (2007:76) estas alegorías visuales, fuertemente codificadas, sirven para la reproducción de los imaginarios y los sistemas de organización del saber que las han producido. Las imágenes repetidas de los logotipos de las ONGD son ejemplos de un léxico estable. Es decir, los logotipos –en cuanto alegorías visuales- han sido producidos, al tiempo que participan de la producción de la formación discursiva a la que pertenecen.

El logotipo además cumple una importante función indicial, puesto que está dotado de una estructura argumentativa circular: parte de la marca para desplegar una serie de valores y puntos de vista. Estos valores quedan fijados a través de las relaciones intertextuales que establece, bien con otro tipo de textos o con otras imágenes-marca en competencia o diálogo. Gracias a estos recorridos y conexiones, la marca se consolida, se densifica, reorientando y/o consolidando los sentidos asociados al nombre de la entidad que identifica.

Aunque el conjunto de relaciones y conexiones que las marcas pueden establecer entre sí en el mercado comunicativo actual parecen inabarcable, sí que podemos considerar el conjunto de los logos de las ONGD como un entramado verbo-visual bien definido y delimitado, gracias a las relaciones intertextuales establecidas entre todos ellos, dentro de un marco discursivo común. Los logotipos de las ONGD, como sucede con el resto de sus propuestas comunicativas, están organizados en torno a un espacio discursivo dominado por el consenso, en el que la reiteración es la dinámica normativa básica. De ahí que, en consonancia con su base discursiva, los logotipos se repitan utilizando: mapas, globos terráqueos, figuras humanas, sobre todo, infantiles, manos entrelazadas, así como otros símbolos convencionales relacionados con el campo semántico de la solidaridad como la paloma de la paz, las cruces o los corazones. Esta reiteración visual, así como nominal deudora de los propios nombres de las organizaciones, favorece el funcionamiento discursivo de las tópicos de las que daremos cuenta en el próximo capítulo. Por otro lado, esta construcción de imaginarios comunes también ha sido clave en la conformación de una identidad o marca colectiva del actor social: ONG.



**Figura 117 Logotipos de Intermón Oxfam, Asamblea de Cooperación por la Paz, Solidaridad Internacional, Fundación Codespa, Setem, Anesvad y Amnistía Internacional**

En el espacio de las ONGD casi todos los logos buscan establecer bien sus propias significaciones, bien relacionarse con universos simbólicos pre-establecidos. Por ejemplo, el logotipo de Amnistía Internacional (Figura 117) está inspirado en el proverbio chino: "Es mejor encender una vela que maldecir la oscuridad" y es una metáfora de la lucha por llevar luz a los lugares oscuros donde se cometen injusticias como el encarcelamiento de presos de conciencia. En otros como el de Codespa lo que se busca más que una simbología concreta es ofrecer una sensación moderna y optimista, según la explicación de la ONGD, a través de la tipografía<sup>364</sup>. Intermon Oxfam recoge sus iniciales en el logo-anagrama –además de

<sup>364</sup> En el comunicado de prensa emitido tras la renovación del logo dicen: "CODESPA ha optado por un círculo naranja que refleja el carácter optimista y positivo de la organización. Es el símbolo de un mundo que puede cambiar con el apoyo y el trabajo constante de las personas que creen en ello". A este logo le acompañó el lema: Damos la vuelta al mundo.

nominalizarlas y utilizarlas como una palabra clave en sus discursos publicitarios (“Soy IO”)– y en el caso de Solidaridad Internacional podríamos aventurar que la S agarra o sostiene a una i que pareciera ser una persona asomada.



**Figura 118 Logotipos Médicos del Mundo, MPDL, Promoción y Desarrollo y Entreculturas**

Más reconocibles son los símbolos cristianos (Figura 118), imprescindibles en el análisis de los logotipos de las ONGD, en concreto, los símbolos evangélicos, sobre todo encontramos: la paloma<sup>365</sup> con el ramo de olivo, la cruz y el corazón, los dos últimos combinados en el logotipo de Cáritas (Figura 119). La revisión y refuerzo del símbolo clásico de la paloma se produce en 1949 por un encargo de Naciones Unidas a Pablo Picasso (Figura 120).



**Figura 119 Logotipo Cáritas**



**Figura 120 Pablo Picasso (1949)**

Otro de los elementos recogidos en los logotipos de las ONGD es la idea de protección y ayuda simbolizada mediante la representación del cobijo, la casa, el techo o bien el cuidado maternal (Figura 121).



**Figura 121 Logotipos Médicos Mundi, Misiones Salesianas, ACNUR, Solidarios para el desarrollo**

<sup>365</sup> El origen evangélico de la paloma se encuentra en: Génesis Capítulo 8, versículos 6-14.



La fraternidad entre personas se expresa mediante la metáfora del abrazo y la mano tendida (Figura 122).



**Figura 122 Logotipo Ayuda en Acción, Save the Children y Global Humanitaria**

Otra idea que puede quedar vinculada tanto a una lectura evangélica como laica es la idea de sembrar, del crecimiento como metáfora del desarrollo (Figura 123).



**Figura 123 Logotipo de Acción contra el hambre y Prosalus**

Los mapas siempre han tenido una importantísima función simbólica e ideológica en la organización del orden social (Figura 124). Las ONGD recogen el símbolo clásico del globo terráqueo que hoy adquiere nueva significación en relación a los usos que se le otorga en los espacios informativos entre otros<sup>366</sup>.

<sup>366</sup> “La gran mayoría de los espacios de noticias utiliza en su presentación la imagen del globo terráqueo girando en el espacio (...) Sin duda esta imagen del globo exhibe la potencia totalizadora de la tecnología de la visión y de la estructura de las agencias de información, su capacidad de abarcarlo todo y servirnos aquello que de entre todo ha considerado relevante o interesante para nosotros. Pero además de exhibir esa potencia, esta imagen del globo, que sitúa siempre a una distancia tal que podamos reconocer la forma de los continentes y, por tanto, identificar nuestro lugar en la Tierra, nos ubica territorialmente y dentro de la imagen global...) Esa imagen de la esfera terrestre tiene también, por tanto, una función de reconocimiento de un tipo particular, pues desde una perspectiva exterior se alude al territorio del espectador, el lugar que reconoce como propio. El destinatario se sitúa dentro y fuera de la imagen: ahí dentro, en su lugar en el globo, y aquí fuera, en el espacio extraterrestre desde donde se le hace ver el todo. (...) Evidentemente, esta imagen del espacio lo es también del tiempo, del eterno girar del día a día de nuestro mundo en el espacio-tiempo inabarcable” (Peñamarín, 2000b:150-151).



Figura 124 Logotipos Farmamundi, Jóvenes del Tercer Mundo, Manos Unidas, Farmacéuticos Sin Fronteras, Mundubat, AMREF, Fundación Intervida, Unicef

Por último, también encontramos entre los logotipos representaciones abstractas (Figura 125) que remiten a la idea de enlace, de vínculo, también de globo, para hablar de lo común y también para dar forma a la relación entre norte y sur propia de la cooperación internacional, sobre todo como vemos, del movimiento sin fronteras.



Figura 125 Logotipos CONGDE, Fundación Economistas sin Fronteras, Arquitectos sin Fronteras, Intermón Oxfam, Infancia sin Fronteras y Educación sin Fronteras

Diseñado el mapa de las marcas, una vez aceptada su presencia en el mercado publicitario y legitimada su voz experta, las ONGD inician un proceso de reflexión y llegan los síntomas de nuevas tendencias, también del refuerzo, ahora digital, de las existentes.



### 5.4.3 Nuevos espacios políticos y digitales (2006-2009)

Los abusos del modelo hegemónico se dejan sentir pronto entre las voces más críticas y en torno al 2005 es un planteamiento extendido la necesaria y urgente reflexión sobre el trabajo de las ONGD, en general, y de sus estrategias comunicativas en particular. Uno de los aspectos más cuestionados es la simplificación que ha sufrido el ámbito de la cooperación internacional, su reducción a cierto tipo de enfoques y tareas. La ayuda humanitaria y de emergencias ocupa prácticamente todo el espacio simbólico de la cooperación. Ya a principios del nuevo siglo, organizaciones como Solidaridad Internacional (Figura 126) llaman la atención sobre este asunto, anunciando que “la ayuda humanitaria, no basta” que hay que establecer “un compromiso de futuro”.

Por parte de las ONGD, se percibe que los ciudadanos no manejan conceptos clave en la cooperación, como el de proyecto, contraparte, etc.. En el discurso público se ha fortalecido el valor de la solidaridad, la marca ONG, pero a la desconfianza creciente, fruto de la proliferación de siglas y de la falta de límites con respecto al discurso empresarial, se le une un malestar por el desconocimiento por parte de los destinatarios de las labores y actividades desarrolladas por estas organizaciones, más allá de lo fácilmente narrable, como son las acciones que se pueden describir en términos de acción “samaritana”, aunque ésta se realice en una escala mayor.



**Figura 126 Solidaridad Internacional (2001)**

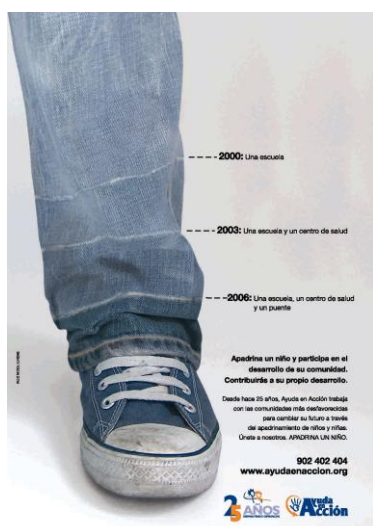
Las estrategias de captación de fondos comienzan, aún tímidamente, a relacionarse con la educación para el desarrollo buscando ampliar los márgenes de su discurso. Uno de los tipos de estrategias que se modifica para cumplir con esta nueva función pedagógica es el apadrinamiento. Sin dejar de establecer un vínculo emotivo y personalizado con los destinatarios, esta práctica intenta ampliar su marco y relacionarse con las actividades que la ONGD lleva a cabo, dado que el apadrinamiento, es decir, la relación singular con un sujeto, es un modelo estratégico que puede estar o no en relación con los tipos de proyecto desarrollados en el terreno por las organizaciones. La nueva fórmula aclara que cuando apadrinas a un niño, no sólo se destina dinero a ese niño sino que se realizarán proyectos en su comunidad.



Figura 127 Fundación Vicente Ferrer (2007)

El anuncio de la Fundación Vicente Ferrer (Figura 127) se puede leer casi como un antes y un después, la primera imagen del anuncio corresponde a la norma representacional convencional del apadrinamiento, focalizada en el rostro del niño o niña apadrinable sin contexto geográfico o social, mientras que en la segunda, se desenfoca este rostro para enfocar y abrir el plano a la colectividad que está detrás. Como dice el texto, se apoya a un programa dentro de una economía sostenible y no a un único niño<sup>367</sup>.

367



Ayuda en Acción también es un buen ejemplo de este cambio. En el 2002 su lema de campaña fue: “20 años de acción, 20 años de resultados”. Desde entonces, ha ahondando en su imagen profesional, mostrando que su trabajo está conectado con el desarrollo a largo plazo. Así en el anuncio del 2006 indica que a medida que crecen los niños apadrinados lo hacen las infraestructuras de los lugares donde viven porque “desde hace 25 años Ayuda en Acción trabaja con las comunidades más desfavorecidas a través del apadrinamiento de niños y niñas.” Si en el 2000 se construye una escuela, en el 2003 además un centro de salud y en el 2006 todo eso y un puente. Sin abandonar el discurso ilustrado del progreso y la exaltación del poder del destinatario: “apadrina un niño y participa en el desarrollo de su comunidad. Contribuirás a su propio desarrollo”, lo que si se trata de abandonar son las imágenes miserabilistas y todas aquellas que puedan caer en el espacio de lo políticamente incorrecto.

Durante muchos años se argumentaba que el discurso de la cooperación era demasiado técnico para poder captar la atención de los destinatarios, aunque también hay que tener en cuenta que se estaba llevando a cabo un proceso de delimitación del sistema experto que aún no había sentado las bases para poder desplegar todo su potencial de gestión y mediación y que, además, precisaba presentarse precisamente como experto, esto es, distanciado del saber profano. Establecido el sustrato compartido desde lo emocional y lo moral se amplían los márgenes hacia lo profesional y técnico. De este nuevo espíritu pedagógico deriva la promoción de otros instrumentos de cooperación que, hasta el momento, habían permanecido fuera o en los márgenes del discurso público, como son los microcréditos y, sobre todo, el comercio justo.

El comercio justo pasa a ser no sólo una vía de cooperación eficaz, sino un medio para dar a conocer otros valores y formas de trabajo de las ONGD. Así mismo, es uno de los espacios donde se percibe un síntoma del cambio de tendencia que se está iniciando, sirve como una oportunidad para hablar de relaciones desiguales e injustas derivadas de la estructura económica capitalista. Este enfoque se observa en campañas como la de Intermón Oxfam: “Comercio con justicia” (Figura 128), en las que también se buscan cambios en la representación de los otros, alternativas para la colaboración con las ONGD, que vayan más

allá de la cuota de socios o la donación



Figura 128 Intermón Oxfam (2005)

De la mano del comercio justo se promocionan perspectivas políticas y relatos sobre la desigualdad que, en último término, puedan ser catalizadores de otros compromisos tanto éticos como políticos.

Sin embargo, no se puede idealizar este tipo de estrategia ya que en el campo del comercio justo se pueden observar los dos extremos, una reedición de la representación exótica de los otros y la

convivencia ambivalente del consumo y la solidaridad; o bien, una propuesta que pretenda conectar éste con el compromiso político y la acción ciudadana.

---

El discurso de fondo se mantiene, lo que se desplaza es el trabajo de los imaginarios acudiendo a los presupuestos y estrategias de evocación. Los pies y los zapatos parecen estar sustituyendo al rostro ya que en la última campaña de 2009 esta organización ha optado por mostrarlos de nuevo para decir que los niños no quieren unos zapatos, quieren comer.



En esta última línea, de nuestra muestra, destaca la campaña de Solidaridad Internacional (Figura 129 y Figura 130), “Con este carro puedes dar mucha guerra”, un folleto en el que plantean a los destinatarios: “hay empresas que explotan a sus trabajadores del Tercer Mundo. Reflexiona sobre lo que estás comprando. Usa tu carro de la compra como un carro de combate”. No hay muchos anuncios en la publicidad de las ONGD en los que se pida a los destinatarios reflexionar, lo más normal es solicitar que sientan, que se emocionen. Desde nuestro punto de vista, pedir la reflexión que implica tomarse tiempo es algo novedoso,



**Figura 129 Solidaridad Internacional (2002)**

también lo es que la solidaridad pueda adoptar formas que no pasen directamente por la colaboración monetaria con una ONGD, sino por la práctica de un consumo responsable<sup>368</sup>, entre otras. Esta campaña abandona el sentimentalismo hegemónico para habilitar otros espacios discursivos, como la denuncia y la incorporación

de referentes que habían quedado invisibilizados como la justicia o la explotación.

Campañas de este tipo suponen un cambio que implica no conformarse con declaraciones genéricas del tipo “las verdaderas causas de la pobreza”, y procuran precisar y concretar sus planteamientos<sup>369</sup>. Por último, este tipo de propuesta también apunta hacia nuevos destinatarios, ya no sólo ciudadanos compungidos, sino que señala las conexiones en el marco de una sociedad global, probando a elaborar imágenes alternativas de dichas relaciones<sup>370</sup>.

<sup>368</sup> “El respeto a las personas que fabrican los productos es un nuevo valor de compra. Ser consumidor responsable es interesarte por lo que compras y exigir a las empresas información sobre sus prácticas de producción y las condiciones laborales de sus empleados. También puedes comprar en tiendas de comercio justo” (Campaña Solidaridad Internacional, 2002).

<sup>369</sup> En este folleto, Solidaridad Internacional escribe: “algunas de las empresas transnacionales aprovechan las ventajas de fabricar sus productos en países pobres, con mano de obra barata. Aumentan así sus beneficios económicos” y señalan las consecuencias prácticas de estas políticas: jornadas abusivas, salarios indignos, trabajo infantil, discriminación de la mujer, violación de los derechos laborales.

<sup>370</sup> “Todos los días, en cada pequeño acto cotidiano, nuestra vida depende de hombres, mujeres y niños que a miles de kilómetros trabajan para nosotros. Ni ellos ni nosotros somos conscientes del importante vínculo que nos une”. El relato del folleto (Figura 130) contrapone un día cualquiera aquí y allí, de un yo, ciudadano consumidor, y de posibles otros en las diversas partes pobres del mundo. Mientras yo me levanto a las 8 en Taiwan, Cai Yuen ensambla piezas de ordenador; cuando yo veo las noticias a las 21 horas, Seng en Corea arma pantallas para televisores y cuando a las 23 decido irme a dormir, Narpat lleva en Tailandia 14 horas cosiendo y continúa.



Figura 130 Solidaridad Internacional (2002)

La recuperación de la justicia como referente de la formación discursiva es uno de los aspectos fundamentales de esta etapa. Algunas organizaciones, como Caritas, la mantuvieron en su publicidad desde 1991 con el lema “Trabajamos por la justicia”, sin embargo, la mención a lo justo desapareció, fue desechada durante varios años para dejar paso a la solidaridad. Poco a poco, parece que la justicia vuelve a estar dentro de los límites de lo decible (Figura 131).

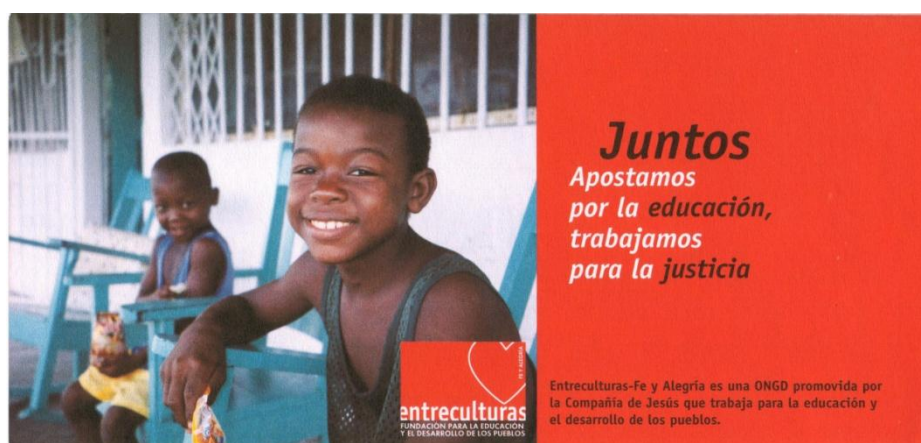


Figura 131 Entreculturas (2006)

Vinculado al comercio justo queremos destacar una nueva forma de activismo en auge durante los últimos años: el activismo empresarial. Setem (Figura 132) fue una de las primeras ONGD que optó por esta fórmula para presionar y obtener visibilidad pública; en el marco de la campaña Ropa Limpia compró acciones de Inditex en 2001 y de Adolfo Domínguez después para poder participar en las juntas de accionistas y aunque fuese simbólicamente con su

presencia obligar a tomar en consideración voces críticas con respecto a la violación de derechos laborales por parte de las multinacionales. El caso que ha tenido más repercusión ha sido el de la participación activa de Intermon Oxfam en la junta de accionistas de Repsol YPF gracias a la cesión de representación de accionistas particulares y algunos fondos de inversión<sup>371</sup>. Sin duda, es un paso más de la difícil y paradójica relación que las ONG establecen con las empresas que



**Figura 132 Estampa de una camiseta de la campaña ropa limpia. Setem (2009)**

supera, con creces, los objetivos de esta investigación. Sólo queremos señalar que la formación discursiva que analizamos aquí guarda una íntima relación con el florecimiento y la legitimación de las nuevas doctrinas empresariales de la Responsabilidad Social Corporativa.

Ligado a esta línea de presión empresarial se encuentra el trabajo de incidencia política, que se ha dejado sentir a través de la politización de las estrategias discursivas aunque, en muchas ocasiones, dicha politización sea más bien tímida.

Al convertirse en actores sociales autorizados, las ONGD adoptan una posición de lobby político cada vez más clara, lo que ha provocado que muchas de ellas incorporen a profesionales que median, supuestamente, entre la ciudadanía, la clase política y las instituciones. Las campañas que adoptan esta perspectiva proponen a los destinatarios una acción política a través de la presión a los gobiernos.

Las campañas de incidencia política han fortalecido dos tipos de fenómenos, el trabajo en alianza y la diversificación de los modos de activismo y movilización ciudadana (Figura 133). Aunque desde sus comienzos estas



**Figura 133 Intermón Oxfam (2005)**

organizaciones han buscado formas y espacios de colaboración, la época marcada por la competencia entre ellas y la búsqueda de posicionamientos diferenciales había provocado una

<sup>371</sup> Según Intermón Oxfam a raíz de la acción la petrolera redactó una Política de Relación con los pueblos indígenas, pero aún no ha especificado su mecanismo para la puesta en marcha.

menor visibilización del trabajo en colaboración. Durante los últimos años, la creciente

**armas bajo control**



**Figura 134 Logotipos Armas bajo control y Amnistía Internacional, IANSA e Intermón Oxfam**

interconexión de los movimientos sociales y las organizaciones a nivel global, ha

favorecido el número de campañas en alianzas. Entre las campañas conjuntas más conocidas destaca: *Armas bajo control*, que ha sido una campaña

exitosa de Oxfam, Amnistía Internacional e IANSA, presentada en Noviembre de 2003 (Figura 134).

Otra de las campañas que alcanzó una gran visibilidad, esta vez para recaudar fondos, fue *Juntos por África* (2002) (Figura 135 y Capítulo VI-Figura 171) que unió a la Cruz Roja, Intermón Oxfam y Médicos Sin Fronteras para aprovechar el paso de la peseta al euro. En el 2006, Save the Children, Médicos del Mundo y Acción contra el hambre organizan una campaña similar de captación de fondos para “emergencias humanas” con el lema *Juntos Mejor* (Figura 136), un slogan que parece contestar de forma clara a las reticencias que había despertado la competencia entre ONGD.



**Figura 135 Logotipo Juntos por África**



**Figura 136 Logotipo Juntos mejor (2006)**

Además de estas iniciativas centradas en la captación de fondos proliferan las campañas conjuntas, muchas veces lideradas por coordinadoras tanto a nivel estatal como internacional. Se promueven acciones en torno a propuestas y reivindicaciones globales; por ejemplo, las campañas en alianza organizadas en torno a los Objetivos del Milenio de la ONU (Figura 137 y Figura 139) han supuesto un punto de inflexión en el diseño de las estrategias comunicativas



de las ONGD: más trabajo conjunto, campañas a largo plazo, mayor coherencia entre las estrategias de educación, sensibilización y captación de fondos, marcos compartidos, etc.



**Figura 137** Logotipo Sin Excusas 2015 Campaña del milenio



**Figura 138** Logotipo Pobreza Cero



**Figura 139** Logotipo Campaña Mundial por la Educación en España

El trabajo en alianza no siempre se articula como una suma de organizaciones, esta perspectiva ha permitido que, en ciertas ocasiones, las luchas y las reivindicaciones se acogiesen a modos alternativos de visibilización, por ejemplo, desechando la denominación que aporta la marca ONG y buscando otras diferenciadas. Éste ha sido el caso de RCADE, Red Ciudadana por la Abolición de la Deuda Externa (Figura 140), en su declaración de intenciones y su definición



**Figura 140** Logotipo RCADE

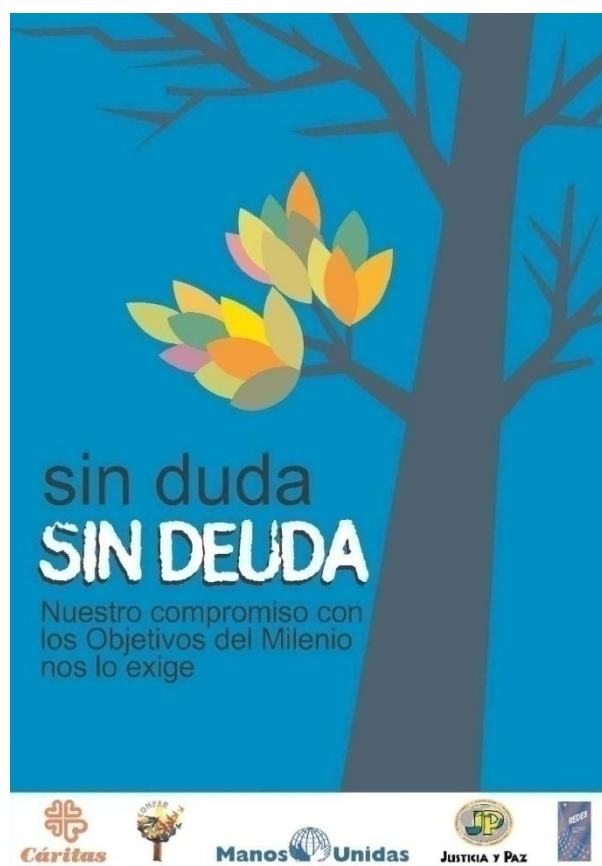
se puede observar el interés por diferenciarse, al menos en parte, de lo que está siendo el espacio de las ONGD, por eso la RCADE se define como “una corriente ciudadana que fomenta la participación activa de las personas, un movimiento horizontal, sin jerarquías, y en el que las bases son la parte fundamental”, desde unos modelos de acción diferentes. En una posición, no digamos opuesta pero sí diferente encontramos la campaña “sin duda, sin deuda” (Figura 141).

Esta campaña une a varias organizaciones, siguiendo la fórmula habitual y en su publicidad afirma: “Nuestro compromiso con los objetivos del milenio nos lo exige”. A diferencia de RCADE, donde se vincula de forma directa a los ciudadanos en el compromiso, el modelo de ONGD, como veremos en el siguiente capítulo, no nos permite aclarar sin ambigüedad quién se siente exigido, si son las ONGD al determinar sus líneas de acción, o somos todos en cuanto que se nos hace partícipes de este movimiento solidario.

La cuestión de la deuda ha promovido otro tipo de espacios intermedios que resultan muy interesantes como objeto de análisis, aunque no podemos pormenorizar aquí su idiosincrasia, nos referimos a un trabajo colectivo como el de la Campaña *¿Quién debe a quién?* En este caso, la presentación excluye la mención a las organizaciones impulsoras y se prefiere, como sucede con la RCADE, abandonar el espacio conocido de lo solidario y la ONGD y recuperar el de los movimientos sociales. Se puede leer en su presentación: “Como campaña *¿Quién debe a quién?* (Figura 142) nos identificamos con las movilizaciones sociales en todo el planeta que están marcadas por el rechazo a los valores económicos y políticos globalizados así como a las consecuencias derivadas del modelo de la globalización capitalista”.



**Figura 142 Logotipo Campaña *¿Quién debe a quién?*(2005)**



**Figura 141 Sin Duda, Sin Deuda, Cáritas, CONFER, Manos Unidas, Justicia y Paz, REDES (2006)**

Creemos que este cambio de tendencia se debe no sólo al agotamiento del modelo ONGD, o de partes de él, sino que conecta con las sensibilidades y las formas de acción que trajo consigo la emergencia de lo que se ha dado a conocer como movimientos de resistencia global o movimientos altermundistas, que están buscando fórmulas para repolitizar la lucha contra la desigualdad y la injusticia en marcos alternativos al del desarrollo y la cooperación internacional. Esto se ha dejado sentir en las estrategias discursivas, por ejemplo, en lo que afecta a los géneros, formatos y estilos comunicativos. La campaña *¿Quién debe a quién?*, por ejemplo, utilizó la contra-publicidad, un recurso que ha sido minoritario en el espacio de la formación discursiva de la solidaridad porque resulta políticamente incorrecto e incoherente con

respecto a las relaciones de cooperación y alianza que, la mayor parte de estas organizaciones, han emprendido con el sector empresarial. En una serie de carteles de la campaña *¿Quién debe a quién?* (2006) los anuncios resignifican el logo y el estilo de la multinacional de móviles de Telefónica Movistar (Figura 143), no sólo para criticar esta campaña sino también para introducir un discurso mucho más explícito y directo sobre la injusticia del comercio internacional, ya no en abstracto sino apuntando a empresas y pautas de consumo reconocibles<sup>372</sup>. Además, de hacer referencia a situaciones de injusticia propias, como veremos en el capítulo VII de la lógica de la denuncia –explótame, endéudame, engáñame–, en la campaña se apuesta por representaciones de los otros algo diferentes que, a nuestro parecer, marcan el camino de ciertas líneas de transformación de la formación discursiva. En esta campaña, aparecen representaciones bien de sujetos habitualmente invisibles, como las mujeres trabajadoras marroquíes, o bien de los otros como sujetos activos de la mirada, es el caso del niño que vemos en el anuncio (Figura 144) y que irónicamente nos hace una foto cuando, por norma, siempre le sacan a él.

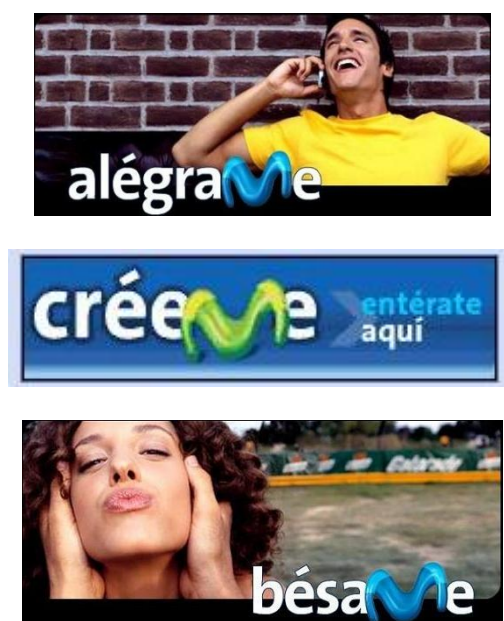


Figura 143 Banners Movistar (2006)

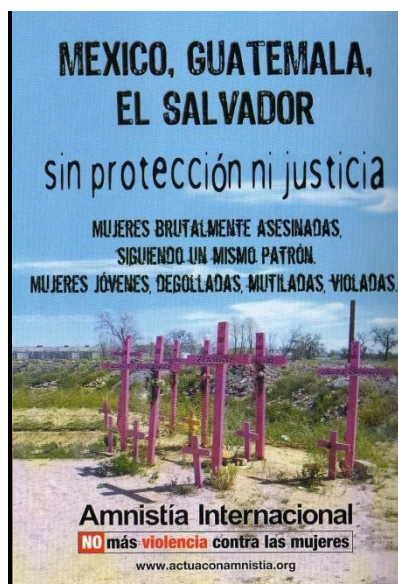


Figura 144 ¿Quién debe a quién? (2006)

Campañas como *Engáñame*, *Explótame* (Figura 144) llaman la atención también por romper con el tono y estilo amable, políticamente correcto, sereno y armónico que se había adoptado en la publicidad de las ONGD. En esta última etapa hemos detectado una serie de anuncios

<sup>372</sup> Ecologistas en Acción participa en esta campaña y se trata de una organización pionera en España en la promoción de la contrapublicidad y la crítica al consumo irresponsable. Sus trabajos pueden consultarse en la web Consume hasta morir.

que, en relación a lo anterior, resultan algo más perturbadores e intrigantes, adquieren un tono más violento, directo o agresivo pero no por miserabilista o culpabilizador, sino por la contundencia de sus argumentos o la desestabilización que buscan sus imágenes. Desde nuestro punto de vista, la ONG que ha lanzado las campañas más relevantes en este sentido ha sido Amnistía Internacional, un ejemplo de ellas lo encontramos en su campaña *No más violencia contra las mujeres* (Figura 145) o en la de *Armas Bajo Control* (Figura 146), en colaboración con otras ONG.



**Figura 145 Campaña No más violencia contra las mujeres (2006)<sup>373</sup>**



**Figura 146 Campaña Armas bajo Control(2005)**

Algunos de estos nuevos discursos no tendrán espacio en los medios de comunicación convencionales y utilizarán Internet y todos los formatos electrónicos a su alcance para difundir estos mensajes. Sin embargo, los medios convencionales siguen siendo fundamentales para el desarrollo de las ONGD y la continuidad de la formación discursiva de la solidaridad, esto promueve que se busquen fórmulas, formatos y propuestas capaces de captar la atención mediática masiva.

<sup>373</sup> En el revés de la tarjeta el texto dice: “Uno de los casos más conocidos es el de Ciudad Juárez, en México donde más de 400 mujeres y niñas han sido asesinadas con extrema crueldad. La presión internacional y nacional ha logrado que las autoridades respondan y empiecen a tomar medidas aunque todavía insuficientes. México no es el único caso. En Guatemala y El Salvador ocurre lo mismo y las autoridades no están actuando. Es necesario que sus gobiernos sientan la presión internacional para que respondan a su obligación de proteger los derechos humanos de las mujeres. Súmate a la campaña de Amnistía Internacional. Tú puedes hacer que las cosas cambien”.



Para ello, muchas ONGD, sobre todo las más grandes, han incrementado sus performances en los espacios públicos (Figura 147 y Figura 148) y esto tiene que ver más con las lógicas de mediatización que con modelos de activismo ciudadano. Estas organizaciones han aprendido que sus discursos no alcanzarán la dimensión necesaria para ejercer presión y contribuir a la transformación social, y obtener su legitimación como sistema experto, si no acceden al espacio mediático y para ello necesitan generar imágenes, relatos audiovisuales que conecten con la estética y los estilos contemporáneos, sobre todo, los ligados con la publicidad. En este sentido, cabe afirmar que el modelo comunicativo iniciado por Greenpeace que crea acontecimientos o realiza llamativas acciones en eventos mediáticos con el fin de generar noticias se ha hecho extensivo, con mayor o menor éxito, al ámbito de las ONGD. En esta línea, el eje central del discurso de una campaña tiene que poder plasmarse plásticamente, ofrecer acontecimientos, metáforas e imágenes que condensen simbólicamente complejos mensajes, perspectivas, relaciones, peticiones, etc.



Figura 147 Armas bajo control (2007)



Figura 148 Pobreza Cero, CONGDE, Despiértate contra la pobreza (2006)<sup>374</sup>

La renovación de códigos estéticos y géneros discursivos va de la mano del desarrollo de los medios digitales pero, como siempre, éstos pueden estar al servicio del refuerzo de posiciones y estrategias hegemónicas o bien de posturas y agenciamientos rupturistas y contra-hegemónicos. Los géneros y lenguajes electrónicos (banners, blogs, webs, wikis, e-mails,

<sup>374</sup> Acto de calle dentro de la campaña Pobreza Cero de la CONGDE, con el lema "Despiértate contra la pobreza".

juegos interactivos y videojuegos<sup>375</sup>, etc.) son un instrumento para traducir los discursos solidarios que participan en la formación, así podemos encontrar páginas que reproducen la estética miserabilista y el discurso paternalista y colonial, junto a otras que están buscando expresiones alternativas, manifestaciones políticas antes que morales para hablar de injusticia. El telemaraton, tan criticado durante la década de los 90, hoy en vías de desaparición, se traslada a Internet y se convierte en cibermaraton, tanto de organizaciones de apadrinamiento como la Fundación Vicente Ferrer, como de otras que, tradicionalmente, no se caracterizaban por este tipo de estrategias como Médicos Sin Fronteras. Las estrategias publicitarias del antes y el después, o las ideas catastrofistas e impactantes que provocaron la reflexión sobre los códigos éticos en los 80 y principios de los 90, se repiten ahora pasadas por el tamiz del diseño gráfico y la estética digital. Pese a que en este trabajo defendemos ciertos cambios de tendencia durante los últimos años, hay discursos férreamente cristalizados en el espacio mediático, ya sea convencional o digital. Para mostrarlo ofrecemos una comparación entre anuncios de principios de los 90 y el Cibermaraton de MSF en el 2008. Las imágenes de MSF (Figura 150 y Figura 151) pertenecen a la web ([www.msf.es/cibermaraton08](http://www.msf.es/cibermaraton08)), en la que se respeta la identidad corporativa de dicha organización, se ofrece un discurso multimodal muy complejo, con vínculos para describir recorridos de navegación alternativos, modernas infografías, imágenes de buena calidad, etc. Sin embargo, desde el punto de vista de la estrategia discursiva vemos que se trata de una propuesta convencional y hegemónica, de las que encontramos ejemplos paradigmáticos de mediados de los 90. Lo que en el anuncio de Leila (Figura 149) de Acción contra el hambre fue “3.000 Pts. más tarde”, en el de MSF es “cuatro semanas antes y después del tratamiento” (Figura 150). Si en 1995 Ayuda en acción (Figura 152) alertaba de la muerte de un niño, exactamente, cada tres segundos, MSF (Figura 151) en 2008 dice que son 9 cada minuto, en ambos casos, se sigue proponiendo salvar vidas.

<sup>375</sup> Los videojuegos han sido el último género en incorporarse a la formación discursiva de la solidaridad, son muchas las ONGD y organismos internacionales que los han desarrollado. En *Against all odds*, Contra viento y marea, uno puede sentirse como se siente un refugiado (<http://www.playagainstallodds.com/>); con Ozonalia de Unicef se practica el consumo responsable ([www.ozonalia.org](http://www.ozonalia.org)); la Estrategia Internacional para la Reducción de los Desastres, de las Naciones Unidas ha creado un simulador de desastres (<http://www.stopdisastersgame.org>) y el World Food Program ha diseñado un juego en el que te conviertes en un cooperante que trabaja en el terreno (<http://www.food-force.com/>).



Figura 149 Fragmento Acción contra el hambre (2000)



Figura 150 Cibermaratón MSF (2008)



Figura 151 MSF (2008).



Para más información llame al:

**PIENSALO BIEN.  
PARA APADRINAR A ESTE NIÑO  
SIEMPRE TIENES TIEMPO.  
EXACTAMENTE TRES SEGUNDOS.**

**EN EL TERCER MUNDO MUERE UN NIÑO CADA TRES SEGUNDOS.  
NO HAY TIEMPO QUE PERDER PARA CAMBIAR EL RUMBO DE SU DESTINO.  
OFRECELE UNA OPORTUNIDAD DE FUTURO MEJORANDO SU ENTORNO.**

**APADRINA UN NIÑO. AHORA.**

Figura 152 Fragmento Ayuda en Acción (1995)

Los medios digitales forman parte de nuestro espacio público y, desde este punto de vista, las ONGD quieren participar de él y emplearlo como una herramienta para captar fondos, socios, donantes, simpatizantes, etc. Una de las finalidades del discurso solidario es su difusión, actúa por contagio, básicamente emocional. Este objetivo se deja sentir en las experiencias que las ONGD han puesto en marcha a través de la red, desde aquellas que adoptan un estilo y un



tono amable hasta las que explotan la libertad de la red para conectar con destinatarios más jóvenes y, también, con aquellos que aunque se muestran saturados por el discurso solidario hegemónico quieren participar, de alguna forma, del beneficio moral y emocional que se obtiene de estar incluido en un espacio social sancionado positivamente y están dispuestos a ello, incluso, adoptando una distancia irónica desde la que protegerse.

A la primera categoría, aquellas que adoptan un estilo amable como estrategia para las acciones de sensibilización, pertenecen campañas como “Díselo al mundo” de Entreculturas (Figura 153) que en 2007 creó un espacio para elaborar una pancarta digital donde las personas pudiesen dejar su mensaje y leer los del resto.



**Figura 153 Imagen de la web de Entreculturas (2007-2008)**<sup>376</sup>

A la segunda categoría, aquellas que intentan conectar con los estilos más críticos, a veces marcados por un tono políticamente incorrecto, pertenecen las campañas de contrapublicidad ya mencionadas (Figura 144), otras de marketing viral y entre los muchos ejemplos que hemos encontrado, hemos seleccionado uno de Intermon Oxfam (Figura 154) que quizá no sea el más rompedor, ni llamativo, pero nos da pie para insistir, de nuevo, sobre el carácter ambivalente y paradójico de las estrategias discursivas de las ONGD. Uno de los aspectos que caracteriza a ciertos estilos digitales es que, al flexibilizarse las relaciones de autoría y

<sup>376</sup> <http://www.diseloatodoelmundo.org/2007/>

responsabilidad, aumenta la utilización del humor y el sarcasmo<sup>377</sup>, una estrategia que, igualmente, se ha incorporado al terreno de la publicidad social en el que antes estaba casi vedado y sancionado negativamente al tener como objeto principal el sufrimiento de otros seres humanos. Intermón ha incorporado el humor en sus últimas campañas a través de la red, como en el anuncio que distribuyó on-line en las navidades de 2007-2008 en el que hizo una parodia de las representaciones tradicionales en torno a la beneficencia y la solidaridad. En el spot, aparece una familia “pija” de la alta sociedad brindando por las fiestas<sup>378</sup>, con un discurso manido, al que se le contrapone una idea original y divertida: regalar animales (a los necesitados), es decir, hacer una donación en la web o las tiendas de esta ONGD para que ésta pueda invertir en proyectos de desarrollo. En el fondo, se trata de una manera más de comprar el vínculo solidario, esta vez para transformarlo en un regalo<sup>379</sup>. Se regala una buena

377



No sólo las ONGD cuestionan sus representaciones, los destinatarios también participan de las críticas a través de la red. En este caso, un anuncio de Anesvad se transforma integrando la imagen de la infanta Leonor, hija de los príncipes de Asturias. Al margen, de la carga irónica y crítica hacia ambas institucionales, la ONGD y la monarquía, este tipo de inversión nos permite comprobar, como ya advirtiese Goffman (1991) hasta que punto nos hayamos frente a imágenes hiperritualizadas que dejan poco margen de maniobra, tan poco, que como se verá en otras campañas, las fotografías de personas se reemplazan por muñecos o dibujos para simular un cambio que deja inamovible las pautas de la representación.

<sup>378</sup> La madre, mira a cámara y dice: “Buenas noches queridos amigos. En fiestas como éstas es deber de las familias afortunadas el desear que la felicidad llegue a todos los hogares”, la réplica del niño es: “sí, mamá y que todos los niños recibamos muchos regalos”, y la hermana apunta “y la paga extra”. De nuevo la madre, “Claro cariño, bueno y no queríamos despedirnos sin enviar un mensaje de paz y armonía al mundo, brindemos por ello y por....”. En ese momento, del techo caen tres cerditos, en la imagen aparece escrito: ¿Harto del mismo rollo de siempre? Regala tres cerditos y cambia el cuento. Decídete”. En la siguiente imagen, llega el padre con regalos y al decir “cariño ya estoy en casa”, le cae una vaca encima. Termina el anuncio: “Y si lo prefieres puedes regalar una vaca. Estas navidades sorprende con un regalo original. Intermón Oxfam”.

<sup>379</sup> Este último modelo de mercantilización del vínculo se adapta a otros rituales sociales, si aquí eran las navidades, en otros lugares Intermón hace la propuesta para las bodas. En estos ritos comercializados, junto al afán consumista –no cuestionado– que les acompaña, se puede insertar la celebración “lo solidario” ya sea en forma de regalos que se conceden a “los que más lo necesitan” como en vales para el comercio justo.

acción pero en un estilo moderno-solidario, al tiempo que se apunta una crítica al “buenismo” conformista y al consumismo típicamente navideños.



Figura 154 Intermón Oxfam (2007-2008)

Lo interesante quizá no es, o no es sólo, esta campaña sino que, al mismo tiempo, en las televisiones generalistas se estaba emitiendo otro anuncio de esta organización en el que se reproducían las imágenes características del apadrinamiento: imágenes infantiles, músicas melancólicas, primerísimos planos, etc. Esta diversificación de representaciones, a nuestro entender contradictorias, encuentra su razón de ser en la asunción de los principios del marketing y la publicidad comercial sobre la segmentación de los públicos que pretende ser más eficaz en los espacios de recepción al diseñar con más precisión y cuidado los mensajes según sus destinatarios previstos.

Nuestra hipótesis, tal y como quedó formulada en los apartados teóricos sobre la formación discursiva (Capítulo I) y la estructura de sentimiento (Capítulo III), es que se perciben síntomas que apuntan tensiones, reflexiones críticas y esfuerzos en la dirección de generar nuevas estructuras de sentimiento, aunque de momento, tanto en medios convencionales como digitales lo que prima es la reiteración. La mayor libertad que ofrecen los medios digitales, sobre todo, de cara a la difusión de discursos vetados en otros lugares, empieza a utilizarse para realizar cierta crítica social, para ensayar un trabajo imaginativo de otra índole (perceptible también en los medios convencionales y en la tendencia, que hemos señalado, a la politización del discurso solidario), si bien la mayoría de los discursos parecen estar cómodamente situados dentro de los márgenes de la formación discursiva analizada.

# 6

## **La experiencia cultural solidaria**



## 6.1 Mirada y mediación estetizada

### 6.1.1 Introducción

La formación discursiva de la solidaridad representa un ‘mundo posible’, dibuja un orden social en el que quedan articulados diversos lugares o posicionamientos a los que se adscriben (y en los que se inscriben) los sujetos. . Al mismo tiempo, dicha formación constituye un modo de experiencia, que a lo largo de las siguientes páginas describiremos como la experiencia cultural solidaria, en la que es central la mediación experta.

Según MacCannell, las experiencias culturales están formadas por “modelos de vida social novelados, idealizados o exagerados que son de dominio público, a través del cine, ficción, retórica política, conversación trivial, tiras cómicas, exposiciones, etiqueta y espectáculos” (MacCannell, 2003:33). Se componen de dos partes: la representación de un aspecto de vida, en cuanto “modelo para”, en términos goffmanianos, y una creencia o sensación “alterada”, creada e intensificada sobre la base del modelo, lo que para nosotros serían la figuración y la estructura de sentimiento.

Si MacCannell analiza la experiencia cultural del turismo, en nuestro análisis de la formación discursiva de la solidaridad la construcción de este modelo de orden social y modo de experiencia, conecta en el contexto de la cultura contemporánea, con la conformación del Estado Nación y el ejercicio de la ciudadanía, sin dejar de lado la dimensión moral y afectiva que estas instituciones sociales implican. El vínculo político que hace pertinente la conexión entre la solidaridad y la ciudadanía deriva de la fractura originaria que, según Agamben (2003), está en la base de la aparición del Estado Nación moderno: la división entre el status de ser humano y de ciudadano. Veamos como opera ésta y que relación guarda con la solidaridad contemporánea.

Como ya comentamos en el capítulo IV, quizá sea la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano la que mejor explicita esta distinción entre nacimiento y nación, es decir, entre la vida biológica y la vida cualificada con existencia política. Según Arendt, una de las consecuencias que trae consigo la aprobación y puesta en práctica de esta distinción es que los sujetos dejan de gozar de la máscara legal que les proporcionaba la ciudadanía política, pasando a ser para el poder soberano puras personas indefensas, meras vidas biológicas que pueden ser gestionadas. Esto es, son las personas – más bien la necesidad y la vida biológica- las que se convierten en objeto del modelo político, que se ha categorizado como biopolítica.

En nuestra hipótesis, la biopolítica se articula, entre otros lugares, a través de la formación discursiva de la solidaridad, porque en ella se despliega una figuración que permite distinguir entre lo que Agamben define como vida (*Zoé*) y formas de vida (*Bíos*)<sup>380</sup>. Según este autor, el poder soberano, encarnado en el Estado-Nación moderno, somete a los sujetos a la condición de *nuda vida*, en la que se hace efectiva la distancia entre ser humano y ciudadano; una distancia instituida por el mismo poder soberano como espacio en el que ejercer su poder e instituir la excepcionalidad como norma y la precariedad como condición y estatus de los sujetos gobernados.

En principio, según Agamben, todos estamos aquejados por este proceso; sin embargo no nos afecta a todos por igual, sino que existirán una serie de sujetos que, en mayor medida, ocupen la posición de *homo sacer* (el que posee sólo la nuda vida) en el orden social. Estos son los que, en el esquema clásico ilustrado, son identificados como los infelices, encarnados por las clases populares y desafortunadas, simbólicamente todos aquellos que están adscritos a la posición de ‘sujetos que sufren’. Frente a éstos se sitúan aquellos que pueden ocupar la posición del “nosotros ciudadanos afortunados”. Ambas posiciones participan de un espacio compartido, forman parte de un mismo orden social y moral, es decir, podemos aludir a un cronotopo común conformado por dos territorios indisolublemente unidos. No hay un territorio de exclusión total en el que habiten los desafortunados. Por eso es importante reconocer el mecanismo por el cual los sujetos excluidos no conforman un afuera<sup>381</sup>, que para los afortunados sea posible ignorar, sino que se transforman en sujetos imprescindibles y necesarios para el mantenimiento del poder soberano y del orden social y moral compartido. Paradójicamente, estos sujetos excluidos son los que mejor garantizan el vínculo del Nosotros Nación. Estos sujetos quedan incluidos en el orden social en razón de su estatus o condición de excluidos. ¿Por qué? Porque son la oportunidad para el ejercicio de la ciudadanía sentimental, como ya explicamos al repasar los planteamientos de Simmel sobre la ayuda y el pobre.

En la figura del pobre estos sujetos excluidos ocupan dos niveles o estratos, diferentes pero interconectados, que pueden rastrearse en las presencias y ausencias de las representaciones

<sup>380</sup> Al comenzar el *Homo sacer* recuerda Agamben que “Los griegos no disponían de un término único para expresar lo que nosotros entendemos con la palabra *vida*. Se servían de dos términos, semántica y morfológicamente distintos, aunque reconducibles a un étimo común: *zoé*, que expresaba el simple hecho de vivir, común a todos los seres vivos (animales, hombres o dioses) y *bíos*, que indicaba la forma o manera de vivir propia de un individuo o grupo” (Agamben, 2003:9).

<sup>381</sup> Ya aludimos a cómo el modelo de la semiosfera en Lotman se caracteriza por el desarrollo de un proceso que simultáneamente organiza el espacio interno y desorganiza el exterior haciéndole depender del dispositivo de frontera. Esta es una lógica que rige las relaciones de comunicación intercultural, y organiza las representaciones mediáticas al respecto (Peñamarín, 2000b)



de la formación solidaria. En primer lugar, estaríamos en el territorio ocupado por la nuda vida, la vida biológica, deshumanizada por completo, despojada de todo sentido e invisibilizada. Pese a ser objeto de la política, este tipo de vida no otorga derechos, sino que sólo existe a condición de su sometimiento a la gobernabilidad. En segundo lugar, nos encontramos ante la nuda vida que ha sido sometida a un ritual de re-incorporación en los términos que el poder establece, principalmente el mecanismo de la compasión (simpatía ilustrada o solidaridad contemporánea). Este ritual, que en términos amplios denominamos experiencia solidaria, nos permite relacionarnos con estos sujetos excluidos como parte de nuestro entorno, es decir, la nuda vida se valoriza a través de la representación compasiva.

Esta diferencia entre una y otra nos permite comprender por qué la condición de precariedad de ciertos sujetos no constituyó un problema social en el pasado y tampoco lo constituye hoy en día; por ejemplo, la esclavitud nunca fue un problema para los ilustrados del XVIII y algo parecido podríamos afirmar sobre los sujetos atrapados en el contexto de los conflictos e injusticias olvidados por el orden internacional. Estos conflictos no son apropiables ni apropiados en los marcos y las dinámicas del desarrollo y la solidaridad.

Gracias a esta división teórica nos acercamos al concepto de humanidad desde una perspectiva gradual y próxima a la filosofía pragmática. Tal humanidad depende de los procesos de significación y por tanto, no es un hecho natural, ni una esencia apriorística.

Arendt recuerda, en su obra *Sobre la revolución*, cómo la máscara implica una estructura política a través de la cual es posible configurar un modo de vida concreto, una forma de estar en el mundo, que supone muchas más dimensiones que el hecho de poseer una vida biológica. La escisión entre la vida de las personas y los modos de vida del ciudadano presupone el establecimiento de una división radical entre los miembros de la comunidad nacional (del Pueblo en mayúsculas) y los miembros del pueblo que son excluidos de esta condición. Dicha escisión genera un campo de poder -de intervención- en el que se juegan las dinámicas de visibilización e invisibilización de los otros excluidos en su relación con el nosotros, la Nación ciudadana.

La división entre infelices y afortunados, *homo sacer* y ciudadanos, espectadores y sujetos contemplados, vigente desde el siglo XVIII, se ha profundizado y evidenciado en el mundo capitalista contemporáneo. Agamben reclama atención sobre la manera en que esta distribución del mundo se ha convertido en un orden normativo que ha legitimado un 'estado de excepción' que amplía la capacidad de ejercer el biopoder cada vez sobre zonas mayores de la vida social. Según este autor, la biopolítica reduce a un mayor número de sujetos a su

condición de mera vida biológica, y éstos han de abandonar el espacio socio-político compartido para ubicarse en campos (*nomos*). Estos campos son lugares donde se produce, en expresión del autor, ‘la localización dislocante de la nuda vida’, es decir, son territorios donde los sujetos quedan inscritos como subalternos, aludiendo a su condición de meros seres vivientes; de otra forma, privados de los derechos que emanan de la estructura política de la ciudadanía. Estos campos, que en principio pueden parecer un mero artificio de la argumentación teórica, han quedado naturalizados, lo que obstaculiza su percepción como un asunto político. Al mismo tiempo, es la proliferación de estos campos de características heterogéneas lo que consolida distancias insalvables entre el Nosotros y los otros. La ‘condena’ a la subalternidad que esto conlleva no sólo afecta a los otros sino, en último término, también atañe al Nosotros de diversas formas. Los campos y el estado de excepción son una realidad permanente, una manera instaurada de organizar el mundo; las representaciones –en particular las que atañen a la cooperación, al desarrollo y a la solidaridad- participan en la regulación de todo ello.

En las representaciones de la formación discursiva de la solidaridad detectamos la existencia de un Pueblo, instancia imaginaria que remite a todos los incluidos, a todos aquellos que pertenecen y pueden reclamar su condición como ‘uno de los nuestros’. Y al mismo tiempo, detectamos también la presencia de otro pueblo, éste con minúsculas, que son los otros, aquellos que están incluidos en calidad de excluidos, aquellos que habitan los campos.

Según hemos referido en anteriores apartados, la relación entre ambos precisa de los sentimientos morales<sup>382</sup>, puesto que son la moralidad y la afectividad las dimensiones que inauguran y hacen posible el orden social. El primer sentimiento moral movilizado es la simpatía, en cuanto capacidad empática, considerada como un rasgo de carácter universal trascendental que define una naturaleza humana esencial que todos los sujetos comparten y que promueve un sentido de pertenencia a una humanidad común sobre el que supuestamente se sostiene dicho orden.

Sin embargo, a la luz de lo expuesto, resulta difícil defender esta común humanidad. Por el contrario, creemos que la compasión es también un instrumento que, en cierta forma,

<sup>382</sup> Pese a que defendemos este argumento, no abordaremos la discusión acerca de cuál sea el origen de la moralidad; un debate del que tal vez aparezcan retazos en nuestro trabajo, pero que, sin lugar a dudas, rebasa los límites e intenciones de éste. Si que reflexionaremos a lo largo de esta investigación sobre cómo queda configurado el impulso moral en nuestra sociedad, cuando éste participa en la definición de un modelo político particular. Siendo aún mucho más concretos, nos ocuparemos de la manera en que el impulso moral recurre a formaciones discursivas específicas que reclaman una enunciación históricamente situada, así como una serie de tópicos discursivos en las que encarnarse.

participa de la legitimación y el mantenimiento de la fractura y del estado de excepción descrito por Agamben. La compasión, tal y como opera en la formación discursiva de la solidaridad, construye vínculos pero a la vez ayuda a establecer entre los dos tipos de sujeto (el Pueblo de los incluidos y el pueblo de los excluidos) distancias insalvables. Todo esto convierte a la compasión en un sentimiento de naturaleza ambivalente que al mismo tiempo que dice luchar contra la distancia, la oculta. Esto es posible porque al apelar a la Igualdad esencial y común que constituye la naturaleza humana compasiva se delimita el espacio de los sujetos que precisan el ejercicio de esta compasión. Este proceso compasivo convierte en más humanos a los que la ejercitan y niega o matiza dicha condición a los compadecidos. Recordamos que estamos analizando el mecanismo compasivo tal y como opera en la solidaridad contemporánea y que este modelo precisa hasta el momento de la presencia de sujetos subalternos que ostenten la condición de *homo sacer*. De nuevo, la condición paradójica nos permite avanzar hacia una noción de humanidad y dignidad definida como una escala de gradación. Difícil paradoja que no pretendemos solventar sino tan sólo señalar

Esta paradoja, en ocasiones invisibilizada, no obstante, no es del todo desconocida y genera un malestar creciente en la sociedad globalizada. Dicho malestar proviene de la conciencia cada vez más extendida de que esta construcción del Pueblo, de la Nación, o de cualquier otra entidad omniabarcante, es imposible y, añadiríamos, probablemente injusta, al menos en los términos en los que pretendía el proyecto de la modernidad y a los que el “desarrollo” da continuidad. ¿Qué efectos tiene el malestar mencionado? Tal vez, la explicitación de un supuesto deseo de terminar con las fracturas, con la presencia incómoda, persistente y creciente de la nuda vida, encarnación de la máxima desigualdad. Sin embargo, el proceso que cataliza ese supuesto deseo, de nuevo, no puede ser más que paradójico, ya que la misma fuerza que pretende su disolución es la que lo crea. Creemos que la del desarrollo<sup>383</sup> es la narrativa que



**Figura 155 Manos Unidas (2003)**

<sup>383</sup> El desarrollo es un concepto que proviene de la teoría de la evolución, Wolff (1759) y Darwin (1859) que implica el proceso de un ser hacia una forma cada vez más perfecta. Este término que se utilizaba básicamente en la biología se convierte en una metáfora social. Si los individuos se desarrollan también lo harán las sociedades y en función de leyes naturales, se une al desarrollo, la evolución y un cierto sentido de necesidad. Todos los estudios cifran la aparición del desarrollo, como discurso político y método de acción social, el 20 de Enero de 1949, fecha en la que el presidente Truman mencionó por vez primera la existencia de una era del desarrollo. A partir de entonces una parte de la población mundial

mejor lo ejemplifica ya que se trata de una de las grandes narrativas sociales, políticas, económicas y culturales, cuyos principios han conseguido casi la categoría de religión occidental (Rizt, 2002). El desarrollo puede interpretarse en términos simples como un proceso que desea terminar con el ‘sub-desarrollo’, con la pobreza, para que las distancias se reduzcan y todos los sujetos alcancen un mismo nivel de dignidad. Pero, al mismo tiempo, es el propio concepto y la política de desarrollo, según su sentido hegemónico, el que condena a los sujetos a ser objetos de (bio)política, regulados, gestionados y controlados –incluso como *nuda vida*. Esta concepción convierte al desarrollo en un saber disciplinario que atañe a la gestión de poblaciones, que convierte a las personas y a las culturas en objetos abstractos ya que desde sus comienzos se consideró una forma de intervención técnica más que un proceso socio-cultural (Escobar, 1996:41-44).

La concepción moderna del desarrollo ha estado ligada a la idea de progreso, de evolución lineal ascendente, así como a la creencia en la emancipación de los sujetos y, por tanto, ligada también a los ideales pedagógicos.

En la noción de desarrollo, como podemos ver en el anuncio de Manos Unidas (Figura 155), está incluida la fe en la evolución –de orden tecnológico- (de los pies descalzos al calzado) y la de avance y recorrido. Esta misma organización hablaba, como tantas otras, de la emancipación en 1983 con el lema “el desarrollo libera al hombre”. Pero el desarrollo trae consigo más aspectos, posee una doble dimensión. Junto con la liberación y emancipación encontramos la cuestión de la ampliación de los vínculos, de las crecientes interdependencias. Desarrollar es también, según Latour (2007), ahondar en los espacios de relación social y en las cercanías. Éstas son dos dinámicas en diálogo que no se pueden percibir por separado.

En la formación de la solidaridad se trabaja discursivamente el desarrollo como un proyecto, ejecutado por sujetos competentes que ha sido catalizado gracias al impulso y la acción moral compasiva. Este proceso tiene como consecuencias para los sujetos afortunados la concesión y refuerzo de capacidades y competencias, puesto que ellos son los encargados de desarrollar a los otros. Por ejemplo, en un anuncio de Ayuda en Acción (2006) leemos: “Apadrina un niño y participa en el desarrollo de su comunidad. Contribuirás a su propio desarrollo”. Esta dinámica

---

quedó configurada como el faro del mundo, el progreso y el lugar del crecimiento del que se beneficiaría la otra parte que se encontraba subdesarrollada. El desarrollo pasa al campo político convirtiendo la historia en un programa necesario e inevitable. El desarrollo implica siempre un cambio, favorable, la adecuación a una ley necesaria universal que nos lleva de una etapa inferior a otra superior, de una simple a otra más compleja, de una peor a otra mejor y nos define por tanto una meta deseable, buena en todos los sentidos del término.

estabiliza las distancias y las posiciones de desigualdad entre quienes pueden (contribuir) y quienes necesitan (esa contribución).

Sin embargo, la ampliación del ámbito del desarrollo, de las ONGD y su condición de discurso hegemónico ha promovido la institución de vínculos entre sujetos que antes estaban desconectados. Quizá haya sido éste uno de los motores de la emergencia de figuraciones que apuntan hacia la interdependencia y la búsqueda de espacios de relación global. Lo interesante es que ahondar en este segundo aspecto, tomarse en serio la conexión y la mutua dependencia implicaría, precisamente, acabar con la lógica del desarrollo, suprimir este modelo en favor de otro, aún por construir. La toma en consideración de esta posible alternativa es la que ha promovido la perspectiva del postdesarrollo (Escobar, 2005) y la búsqueda de ejes transversales que, como líneas de fuga, incidan y menoscaben el poder del discurso desarrollista convencional.

Si prestamos atención a esta segunda línea del desarrollo “relacional”, tendremos que atender a la mediación, ya que es el espacio en el que tiene lugar esta creciente complejidad de los vínculos. Creemos que el análisis de la mediación nos permite acceder a esta doble dinámica que caracteriza la formación discursiva de la solidaridad, observar cómo operan los sentidos hegemónicos y cómo estos son también la vía para la emergencia de discursos y lógicas contra-hegemónicas.

Nos encontramos en un contexto en el que el sistema capitalista y la cultura masiva avanzan y se modifican, estableciendo nuevos contextos mundializados condicionados por innovaciones tecnológicas que conllevan alteraciones socio-cognitivas; todos estos cambios dibujan un presente en el que, entre otras cosas, la mediación se hace aún más imprescindible. Todo esto está en relación con el fenómeno del desanclaje, con el que Giddens describe la desvinculación experimentada por los sujetos de sus coordenadas espacio-temporales inmediatas y la consiguiente ampliación de sus universos de referencia. Para que esta ampliación del mundo sea posible deben extenderse la mediación y los sistemas expertos, que se consolidan como intermediarios imprescindibles y ubicuos del poder soberano (encarnado, como dice Agamben, en el Estado-nación), modificando las relaciones de confianza sobre las que se sostiene el orden social.

Las ONGD pueden comprenderse como uno de los intermediarios de ese orden social, es decir, funcionan como un sistema experto<sup>384</sup>. Como tales, regulan la distinción jerarquizante y básica

---

<sup>384</sup> En nuestra opinión, la aparición de sistemas expertos que regulan y gestionan el universo moral, no impide la persistencia de múltiples zonas de indeterminación. Zonas que podrían abarcar dos sentidos

entre sujetos, participando del modelo biopolítico contemporáneo. En segundo lugar, y como parte de su saber-hacer experto, las ONGD gestionan en nombre de ciertos sujetos sociales un capital, no tanto económico (que también) sino sobre todo moral. Dicho capital moral permite la construcción de un conjunto de vínculos a través de los cuales se define una comunidad de pertenencia que no sólo remite a un nosotros-nación, sino que se implica la pertenencia a un nosotros-humanidad.

Esta mediación experta es central para el modelo de experiencia cultural solidaria que recorreremos en las próximas páginas. Este modo de experiencia se caracteriza por seguir los modelos modernos ilustrados, tanto en su dimensión epistemológica como moral, de los que se deriva, como hemos visto, la narrativa del desarrollo. Dicha mediación promueve la creación de modelos políticos y agenciamientos colectivos, que bien refuerzan o bien cuestionan el orden social y moral injusto en el que nos encontramos. Todas estas hipótesis requieren el análisis de los sentimientos morales, especialmente el de la compasión, como instrumento que dota de estatuto, estructura y mantiene dicho orden.

Si el acto compasivo articula un conjunto de figuraciones habitables, la participación en dicho ritual compasivo nos ofrece un lugar desde el que dar sentido y sentir el mundo, y también desde el que observarlo y ser observado. La compasión, como señaló Adam Smith, nos conduce a la reflexión sobre el hacer ver o el ocultar, el mirar o ser mirado. La mirada, la atención, los espectadores, los objetos y sujetos contemplados son parte esencial de la relación entre los desafortunados y los afortunados, el ellos y el nosotros.

---

bien distintos. Nos referimos a unas zonas en las que la presencia de la nuda vida (y la injusticia) aumenta y, con ella, esa sensación de incomodidad y malestar compartido que caracteriza a las sociedades ricas; y otras, en las que se hace evidente la actividad de resistencia, la búsqueda de líneas de fuga a través de las cuales encontrar una solución al orden paradójico injusto en el que habitamos, un planteamiento que acompaña a perspectivas teóricas y prácticas políticas como el post-desarrollo.

## 6.1.2 La estructura de la mirada: Espectadores en la cultura masiva



Figura 156 Paul Lowe. Somalia (1992)

“Ser espectador de calamidades que tienen lugar en otro país es una experiencia intrínseca de la modernidad, la ofrenda acumulativa de más de siglo y medio de actividad de esos turistas especializados y profesionales llamados periodistas. Las guerra son ahora también las vistas y sonidos de las salas de estar”

Susan Sontag, 2003:27

Los modos de percepción y las experiencias sociales que configuran el espacio público político son producidos y ligados entre sí a través de instancias de mediación. Estas instancias pueden adoptar características muy diversas; algunas son constitutivas de ese espacio público, otras se movilizan a través de él, utilizándolo como vehículo. Actualmente, muchos de estos procesos de mediación se constituyen en los medios de comunicación de masas, por lo que podemos referirnos a la existencia de un espacio público mediatizado (Peñamarín, 2008). Esta mediatización adquiere características particulares y heterogéneas según el tipo de sujetos y dinámicas que movilice. Una de las mediatizaciones posibles es la que analizamos en esta tesis: la mediación experta de las ONGD.

En términos generales, cuando nos ocupamos de la mediación estamos indagando acerca de la manera en que histórica y socialmente se producen transformaciones en la estructura social y cultural de nuestras experiencias, así como en nuestros patrones de sensibilidad y afectividad, es decir, nos ocupamos de cómo las transformaciones sociales encuentran expresión en cambios de sensibilidad<sup>385</sup>.

En la construcción de un espacio de mediación están implicadas, según Martín Barbero, las prácticas de comunicación, los movimientos sociales y las dinámicas culturales. Las dinámicas culturales contemporáneas son definidas por los fenómenos de desanclaje, la cristalización de sistemas expertos y la transformación de la experiencia compartida desde dinámicas mercantilizadas y espectacularizadas; en ellas predominan las prácticas de comunicación,

<sup>385</sup> Según Martín Barbero, Walter Benjamin fue el primero en vislumbrar “la mediación fundamental que permite pensar históricamente la relación de la transformación en las condiciones de producción con los cambios en el espacio de la cultura, esto es, las transformaciones del *sensorium*, de los modos de percepción, de la experiencia social” (Martín Barbero, 1987: 56).



caracterizadas por la mass-mediación como dinámica hegemónica y, específicamente, por el empleo de géneros persuasivos. Entre los géneros persuasivos, en esta tesis nos hemos centrado en la ‘publicidad social’, puesto que como práctica comunicativa ha favorecido la emergencia y consolidación de tipo de acción social particular que tiene a las ONGD como modelo paradigmático.

Uno de los planteamientos centrales de esta tesis es que el discurso de las ONGD nos confronta, radicalmente, con una situación bien definida: la contemplación del sufrimiento a distancia. Dicha hipótesis sitúa la mirada, según apuntamos más arriba, como un asunto central. Esta reflexión surge a partir de preguntas como las siguientes: ¿Qué significa ser un espectador a partir de la modernidad? ¿Qué es serlo de la miseria y el sufrimiento de otros? ¿De qué manera contemplamos el dolor? ¿Existen modos diversos de mirar? ¿Qué estrategias de visibilidad se despliegan en la formación discursiva de la solidaridad? Nos ocupamos de la mirada porque establece un patrón y se comporta como un vehículo de la norma moral y social. Desde nuestro punto de vista, las representaciones de la solidaridad actual son coherentes con el modelo panóptico foucaultiano –que tomamos como metáfora de la dimensión representacional y de las relaciones de poder promovidas por los discursos analizados.

Una de las narraciones hegemónicas sobre la globalización<sup>386</sup> es la que tematiza la condición de espectadores como eje articulador de este fenómeno. Esta perspectiva describe la globalización como una red en la que no hay posibilidad de un afuera, como un espacio ‘reticular’ en el que todas las personas (fundamentalmente, aquellas que pertenecen a sociedades ricas) comparten la condición, a la que difícilmente pueden renunciar, de espectadores de un mundo desigual. Esta idealización instituye la creencia En su versión idealizada, esta perspectiva se basa en la creencia en el acceso inmediato y absoluto a la información, fomentando la fe en la total visibilidad y transparencia del mundo. Esta creencia produce performativamente un tipo de agenciamiento enunciativo que nos ubica como miembros de un mundo al que tenemos aparente acceso y en el que todo parece ser transparente y visible, al menos como posibilidad.

<sup>386</sup> García Canclini defiende en *La globalización imaginada* que lo cultural y lo globalizado se conciben más como adjetivos que como sustantivos, porque actúan como recursos heurísticos con los que abordar la cuestión de la diferencia y la aparición de "nuevos espacios de intermediación cultural y política". A partir de las narraciones y metáforas sobre la globalización Canclini nos invita a observar cómo se producen los desarrollos tangenciales del proceso de globalización, que no sólo afecta a la circulación de capitales, mercancías y cosas, sino también a las personas y a la manera en la que constituimos nuestras 'vidas imaginadas', en la línea de la propuesta de Appadurai.

Bauman sugiere que esta condición de espectadores constantes y obligados de un mundo compartido, básicamente desigual, nos impulsa, a veces de forma no totalmente consciente, a la necesidad de auto-justificarnos, de disculparnos y buscar la manera de eliminar nuestro sentido y sentimiento de culpa (Bauman, 2003:225). Así, se obliga a los sujetos a vivir la interdependencia global y la conciencia de la desigualdad en el espacio cotidiano como una condición que no desaparecerá.

Esta versión del mundo implica tomar conciencia de la pertenencia a un espacio carente de un más allá y de vivir una realidad que nos vincula a todos a través de una supuesta humanidad compartida. Hoy es un lugar común defender la interdependencia y la conexión entre los sujetos, lo interesante es averiguar en qué medida estas apelaciones contribuyen a la construcción de un referente con capacidad para provocar la apropiación socio-afectiva por parte de los sujetos políticos y para ampliar los límites de la acción moral y política.

Si bien es cierto que los procesos globalizadores han posibilitado la consolidación de la sociedad de la información y del capitalismo transnacional y esto a su vez afecta a toda la población mundial, -puesto que ha supuesto una reorganización del sistema económico, político, cultural, social y ecológico-, no lo es tanto que ello incida de la misma forma en el día a día de todos los habitantes del planeta.

Si aceptamos la hipótesis de que somos sujetos que habitan un mundo mediatizado en el marco de una cultura masiva, tendremos que admitir que los excluidos de este espacio mediatizado son los que viven otros tiempos, otros espacios; por tanto, son anacrónicos y están desubicados. Esta exclusión no es espontánea, sino activamente producida como ausencia (De Sousa, 2005). Los sujetos ignorados son otros porque, entre otras cosas, se niega su mirada, su estatuto como espectadores del mundo global. Ellos no miran, son mirados. Esta diferencia cuestiona el relato idealizado de la condición esencial de espectador y la matiza reclamando un marco enunciativo localizado que nos permita saber quién es, efectivamente, ese nosotros espectadores. La figura del espectador no vale para todos, tal y como se inserta en la tradición de la cultura occidental, sino que está ocupada por un sujeto que coincide con el sujeto de la modernidad ilustrada. ¿Quién es ese sujeto? ¿Cómo ha cambiado?, ¿Qué le convierte en espectador? ¿Ocupa un lugar concreto o habita un afuera del universo contemplado? ¿Cómo continua el relato iniciado por la acción de mirar? ¿Existe un puente entre la posición de espectador y la de actor?, esto es, ¿es el lugar del espectador el de la adquisición de la competencia para llevar a cabo una transformación como sujeto-actor? Para contestar estas preguntas nos ceñimos al modo en que estos aspectos se activan en la

formación discursiva solidaria, configurando uno de los regímenes de visibilidad que caracterizan a los sujetos en nuestra sociedad<sup>387</sup>.

### a) Espectadores en shock

La experiencia como espectadores del sufrimiento es un modo de experiencia fundamental en la modernidad. Para Sontag (2003), habitamos una cultura de la conmoción que se ha convertido en una fuente de valor y un estímulo para el consumo. Hablamos de conmoción cada vez que nos referimos a la guerra, el hambre, las catástrofes naturales, la violación de derechos humanos, es decir, cualquiera de los asuntos que son susceptibles de convertirse en el proyecto de intervención de una ONGD.

Esta experiencia traumática de la modernidad está relacionada con la transformación sufrida por el propio concepto de experiencia, tal y como explicó Benjamín en “El narrador” (1986)<sup>388</sup>. Para este autor, según explicamos en el capítulo III, la experiencia pasó de ser concebida como *erfahrung*, esto es, como experiencia vital acumulativa regulada por la narración y la vinculación entre las memorias del presente y el pasado, a convertirse en *erlebnis* “experiencia vivida” o “vivencia”, es decir, en un conjunto de estímulos fragmentados, frente a los cuales la conciencia se mantiene alerta y que sólo con dificultades logran encontrar una instancia en la que integrarse y conformar un espacio o relato dotado de cierta cohesión.

Peñamarín sugiere que Benjamin, a través del estudio de figuras que condensan modelos particulares de sensibilidad propios de una época socio-histórica, “documenta y analiza el fin de lo que llama la auténtica experiencia: la vivencia en que la percepción se integra con la imaginación y la memoria sensorial en un sentir no interrumpido por la reflexión de la

---

<sup>387</sup> Otro de estos regímenes se encuentra en el turismo, un modo de experiencia que guarda relación con la experiencia solidaria, porque ser turista como ser solidario son modelos disponibles del hombre moderno. En la medida en que el turista “se limita a reunir experiencias de la diferencia (pueblos diferentes, lugares diferentes, etc.) terminará siendo un clon en miniatura del antiguo sujeto filosófico occidental, que se cree unificado, central, en control, universal, etc. que domina la alteridad y se beneficia de ella” (MacCanell, 2003:XXIV).

<sup>388</sup> Afirma Benjamin en “El narrador” (1986) que con la decadencia de la narración “la experiencia está en vías de desaparecer”, porque “sin la profundidad de la memoria la experiencia se empobrece” (Buck-Morss, 2005:188). Para Benjamin, el surgimiento de la información desplaza la narración y en ese contexto cualquier periódico de la época demuestra que “se ha alcanzado un nuevo nivel inferior, en el cual no sólo la imagen del mundo exterior, sino también la imagen del mundo moral han sufrido, de la noche a la mañana, cambios que nunca se tuvo por posibles” (Benjamin, 1986:190-191). La información impide la conexión con la memoria porque “la información tiene su premio en el instante en que era fresca. Sólo sirve en ese instante, debiendo entregarse completamente a él y explicarlo sin pérdida de tiempo. Otra cosa pasa con la narración; ésta no se entrega completamente. Guarda recogidas sus fuerzas y es capaz de desarrollarse luego de mucho tiempo” (Benjamin, 1986:195). Estos cambios están en la base de la experiencia del shock.

conciencia" (Peñamarín, 1996:41). Cada una de estas imágenes, figuras culturales, "da sentido a los valores sociales en una actitud, una gestualidad y un estilo" (Peñamarín, 1996: 40).

Sin embargo, para analizar la figuras de sensibilidad contemporáneas hay que tomar en consideración "la fragmentación de la información, desligada de la tradición y la experiencia; la mecanización y uniformización de lo humano, incluyendo el comportamiento y la expresión; el control de la conciencia sobre cada percepción y cada gesto...Estas transformaciones de la vida y la sensibilidad que, según Benjamín, despojaban a los humanos de la experiencia, hoy nos constituyen desde nuestro interior" (Peñamarín,1996:41). La interrupción en el sentir permite las estructuras de sentimiento narcisistas, esto es, formas socio-afectivas que, en cierto modo funcionan por delegación, y que pueden regularse y construirse como formas estetizadas. Más adelante, analizaremos los rasgos de la gestualidad solidaria a partir de esta idea.

Este modelo de experiencia fragmentada y traumática se produce por una sobre-estimulación, una condensación de estímulos que excitan los sentidos y afectos de los sujetos con tal intensidad que les provocan un *shock*<sup>389</sup>. Para Benjamin, la recepción de *shocks* se ha convertido en la regla de la experiencia moderna (Benjamin, 1999:19). La percepción simultánea de múltiples e intensos estímulos impide al sujeto –espectador- la interpretación inteligible de todos ellos, provocándole una situación de paralización anestésica. Este asunto está ligado no sólo a la mirada y al rol de espectadores afectados por la contemplación de múltiples escenas (por ejemplo, las del sufrimiento<sup>390</sup>) sino también por la centralidad de la excitación sentimental en relación al mantenimiento del orden social y moral.

El *shock* provoca el embotamiento de los sentidos del sujeto<sup>391</sup> y de su capacidad de integrar lo percibido en un relato que oriente sus acciones y afectos. Frente a esto los sujetos buscan

---

<sup>389</sup> Para Benjamin, tal y como lo interpreta Buck-Morss (2005), la conciencia permite a los sujetos protegerse de los estímulos excesivos impidiendo a éstos que dejen "su huella como memoria". Cuanto más consciente es el sujeto, menor es la capacidad traumática de los estímulos (Benjamin, 1999:17). Pero esta conciencia, lejos de fortalecer a los sujetos, actúa como un mecanismo embrutecedor de adiestramiento de sus sentidos que condiciona sus reacciones (Buck-Morss, 2005:189). Expone Benjamin al respecto: "La sonrisa da que pensar. Es probablemente la misma que se reclama hoy con el *keep smiling* y actúa, por así decirlo, como paragolpes mímico" (Benjamin, 1999:31). Volveremos sobre esta gestualidad "adiestrada" al referirnos al llanto solidario.

<sup>390</sup> "El equilibrio del mal no es estable, y se rompe, al fin: en cuanto se desploma uno de sus elementos, todos vacilan. El siglo XIX asiste a esta conmoción, a este estremecimiento que hace palpar de gozo todos los nobles corazones" (Arenal, 1861). La conmoción emerge cuando el concepto de mal se desgaja en una experiencia múltiple que provoca la excitación nerviosa y sentimental de los sujetos piadosos. Las experiencias dolorosas de distinto signo requieren una interpretación unificada y articulada a través de la dimensión sensorial y emocional de los sujetos.

<sup>391</sup> Al proteger al sujeto de la sobre-estimulación, el sistema sinestésico –según la denominación benjaminiana- en vez de proporcionarle una recepción mimética del mundo, esto es, fortalecedora,

instrumentos con los que defenderse y herramientas para recuperar su capacidad de percibir y sentir<sup>392</sup>. Este último aspecto, la búsqueda de la re-excitación sentimental es la que vuelve a situar la compasión en el centro de la escena contemporánea<sup>393</sup>.

Benjamin dio cuenta de todos estos dilemas en sus *Pasajes*; en la aguda recopilación de pensamientos que los componen leemos un fragmento de la *Historia de las asociaciones obreras en Francia II* de S. Engländer (Benjamín, 2004: 711, citado por Peñamarín, 2007). El fragmento dice lo siguiente: “En el año de 1839, varios trabajadores de París fundaron una gaceta con el título *La Ruche populaire...*<sup>394</sup> que se había propuesto llevar la miseria escondida a conocimiento de los ricos benefactores...En la redacción de ese diario se había abierto un registro de pobreza, en el que todo hambriento podía inscribirse... y como en esa época *Los misterios de París*, de E. Sue, habían puesto de moda la beneficencia entre el mundo elegante, a menudo llegaban carruajes al sucio local de la redacción, donde damas indolentes apuntaban las direcciones de los desdichados para llevarles personalmente una limosna, y volver a excitar así sus embotados nervios”.

Este pasaje puede considerarse, por varias razones, una buena descripción (dentro del marco del sentimentalismo) de la experiencia socio-moral en la modernidad. En primer lugar, destaca la importancia de la dimensión sentimental cualificada como una afectividad en *shock*, que mantiene los nervios de las damas “embotados” volviéndolas “indolentes”. En segundo lugar, la compasión se describe no sólo como un sentimiento espontáneo, sino como un ritual espectacularizado y mediatizado, ya que la miseria, el objeto de la acción compasiva, ha de ser visibilizado a través de la prensa<sup>395</sup>. El ritual compasivo mediatizado muestra una relación social desigual instituida a través del vínculo afectivo. Dicha relación social es viable porque la

---

invierte su rol. “Su objetivo es adormecer el organismo, retardar los sentidos, reprimir la memoria: el sistema cognitivo de lo sinestético ha devenido un sistema anestésico” (Buck-Morss, 2005:190).

<sup>392</sup> “En esta situación de “crisis en la percepción” ya no se trata de educar al oído no refinado para que escuche música, sino de devolverle la capacidad de oír. Ya no se trata de entrenar al ojo para la contemplación de la belleza, sino de restaurar la ‘perceptibilidad’” (Buck-Morss, 2005:190).

<sup>393</sup> Refiriéndose a la construcción de experiencias sensoriales en la modernidad, a las que podríamos añadir las experiencias del sentimiento moral, Buck-Morss afirma que “es significativo para los efectos anestésicos de estas experiencias que la singularización de cualquiera de estos sentidos por medio de una estimulación intensa tiene el efecto de adormecer al resto” (Buck-Morss, 2005:199).

<sup>394</sup> Revista asociada al socialismo utópico que se enmarca en la proliferación de los escritos y publicaciones de los filántropos sociales reformistas. (Ver Capítulo IV Nota148)

<sup>395</sup> Según Peñamarín (2007), también puede leerse en este extracto además una posición estratégica de las clases populares que, adaptándose a lo que de ellos esperan las clases altas afortunadas, se inscriben como hambrientos para “acercar la miseria al campo de lo perceptible” y así optar a la ayuda. Su adaptación a la tópica sentimentalista, aunque en algunos casos sea ejercida paródicamente, participa de la regulación disciplinaria de los excluidos, por ejemplo, a través de las prácticas de inscripción y registro.

compasión restituye la capacidad de sentir, imprescindible en el ejercicio de la ciudadanía moral. Esta re-excitación, sin embargo, no se expresa en términos abstractos y generalizados sino que precisa de una experiencia singular y personalmente vivida –una vivencia (*erlebnis*), en la que la intensidad provocada por el encuentro con los otros aumenta la emoción y con ella la competencia moral y el estatuto de sujeto, que se traduce en un estilo y gestualidad afectiva “consciente”, en los términos benjaminianos. También aporta un modelo de orden social que distingue entre el Ciudadano miembro del Pueblo Benefactor y las clases populares. Esta distinción no sólo remite a categorías políticas y éticas, también lo hace a categorías estéticas, al diferenciar entre “todo hambriento” y el “mundo elegante”. El primero es el mundo de los cuerpos naturalizados de los *homo sacer*, cuerpos a los que la total homogeneización resta cualquier atisbo de singularidad. Y el segundo es un mundo concebido como un espacio de pertenencia socializado en el que tienen lugar los rituales culturales.

Para nosotros, este fragmento benjaminiano describe los efectos del *shock*, esto es, la condición anestesiada y anestesiante derivada de un modo de experiencia fragmentado, fugaz, espectacularizado, ritualizado y mercantilizado al que, desde nuestro punto de vista, se puede adscribir la solidaridad<sup>396</sup>.

Esta experiencia de paralización es relativamente fácil de reconocer y ampliamente compartida en un contexto de saturación representacional como el contemporáneo. La cantidad de información que, recibimos como espectadores no siempre es igual a la que somos capaces de procesar e interpretar. El problema al que nos enfrenta esta coyuntura, como apuntábamos antes, es que “sin la profundidad de la memoria la experiencia se empobrece”, porque la experiencia del *shock* no permite vincular memoria pasada y presente<sup>397</sup> (Benjamin en Buck-Morss, 2005:188).

---

<sup>396</sup> En este último punto, podemos citar la proliferación de lugares donde la experiencia se ha construido como un producto de venta, especialmente interesante para nuestro trabajo es su empleo en la publicidad y las perspectivas recientes ligadas al marketing relacional o marketing experiencial. Estas buscan generar valor emocional, asociando la experiencia de la compra y el consumo con la vivencia de una marca. La finalidad es vivir pero, principalmente, para comunicar a otros lo vivido. Esta relación comunicativa es la que incrementa la capacidad de incidencia de la marca, creando emociones, adaptadas a cada tipo de consumidor que fomentan el sentido de pertenencia, si bien siguiendo el modelo flexible de las nuevas redes sociales. Animar al consumidor a sentir, a pensar, a tener relaciones, en definitiva, a permitirse todo tipo de experiencias corporales asociadas a la marca y, aún mejor, a la comunidad de marca.

<sup>397</sup> Otros autores han procurado explicar este fenómeno de formas diversas, Paul Virilio dice que “se trata de *apátheia*, esa impasibilidad científica que hace que cuanto mas informado está el hombre, tanto más se extiende a su alrededor el desierto del mundo” (Virilio, 1998:51). Por su parte, los trabajos clásicos de Baudrillard hablan de la explosión de la información frente a la implosión del significado.

La contemplación del sufrimiento ajeno se recibe e interpreta hoy desde una sensibilidad atenuada. La sensación del estar anestesiado frente a la sobre-estimulación y la sobre-representación del dolor es algo reconocido no sólo teóricamente sino también por los públicos y forma parte de las consideraciones que guían las estrategias discursivas de las ONGD. El anuncio de Manos Unidas (Figura 157) ilustra esta condición: un varón que se mantiene impertérrito, mordiéndose las uñas, mientras le informan, podemos suponer que a



Figura 157 Manos Unidas (2004)

través de la televisión, de que “cada minuto una mujer sufre explotación en Asia”.

La experiencia de contemplación desde la anestesia no afecta sólo al ámbito de la solidaridad. Esta forma de “alienación” parece una condición general de la recepción en el sobre-saturado entorno mediático actual.

Además de la experiencia de *shock* permanente y la posible anestesia que produce, cabe pensar en otras condiciones que contribuyen a la incapacidad para sentir, a la supuesta indiferencia. La fragmentación de la información sobre los otros y su modo de comunicación podrían imposibilitar nuestra integración como sujetos en la situación que

padecen esos otros. Los fragmentos de información, carentes de unidad narrativa y enunciativa, sólo producen formas de experiencia fugaces y desconectadas entre sí y respecto al otro representado.

La experiencia de fragmentación y saturación debe encontrar acomodo en la sociedad y en los sujetos particulares; para ello el narcisismo ofrece una serie de herramientas, cuyos efectos, en opinión de Buck-Morss (2005), pueden llegar a tener una deriva fascista. Hemos mencionado el poder anestesiante de la conciencia que bloquea el exceso de estímulos impidiendo que el sujeto pueda integrarlos en su memoria, dando lugar a un cúmulo de vivencias privadas de “densidad vital”<sup>398</sup>. Por otra parte, a través de los modelos de

<sup>398</sup> La cultura industrial capitalista, contexto que produce dichas vivencias, es “un modo de producción que privilegiaba la vida privada y basaba su concepción de sujeto en el individuo aislado había creado formas completamente nuevas de existencia social (...) que engendraban identidades y conformidades en la vida de la gente, pero no solidaridad social, ningún nivel novedoso de conciencia colectiva en torno a su comunalidad y, por tanto, ninguna forma de despertar del sueño en el que estaban envueltos” (Buck-Morss, 2001:287)



sensibilidad que promueven estas vivencias se facilita la unificación de los sujetos mediante la composición de un nosotros estetizado que funciona a la manera de una unidad de coherencia compensatoria (Buck-Morss, 2005). Al producirse un desplazamiento de las emociones, que ya no se experimentan de manera auténtica –en el sentido benjaminiano, no narcisista-, éstas se atenúan y se compone un modo de sensibilidad delegado, del que nos ocuparemos más adelante. Sontag mantiene que “no debería suponerse un ‘nosotros’ cuando el tema es la mirada al dolor de los demás” (Sontag, 2003:15). Creemos que la autora se refiere a este tipo de construcción narcisista compensatoria al hablar del nosotros como una instancia estetizada que desplaza el compromiso y la responsabilidad, esto es, bloquea la integración de la contemplación del sufrimiento en la experiencia singular (*erfahrung*).

La formación discursiva de la solidaridad participa del intento de desplazar el dolor, ya que en el orden tecnológico del que los medios de comunicación son una pieza clave “la imagen que vuelve está desplazada, reflejada en un plano diferente, en el que uno se ve como un cuerpo físico divorciado de la vulnerabilidad sensorial; un cuerpo estadístico, cuyo comportamiento puede ser calculado; un cuerpo actuante, cuyas acciones pueden medirse con respecto a la norma; un cuerpo virtual que puede soportar los *shocks* de la modernidad sin dolor” (Buck-Morss, 2005:211). Si bien de los cuerpos de los sujetos solidarios y su sensibilidad ‘anestesiada’ tendremos noticias a través del reflejo que nos devuelve la imagen de los otros producida desde el espejo narcisista.

Los discursos masivos –y en particular la publicidad de las ONGD- tematizan la búsqueda de esa unidad compensatoria, de un lugar de unificación de esta experiencia fragmentada. Pervive en dicha exploración una reivindicación constante (también una defensa) de la existencia de una férrea identidad moral, basada en el concepto de sujeto liberal de impronta narcisista. Se busca encontrar un territorio para la subjetividad moral que permita a los sujetos trascender la desconexión y la discontinuidad. Con este objetivo se crean y recrean relatos experienciales sostenidos sobre instancias unificadoras que parecen imposibles. La re-excitación sentimental es un recurso útil en la búsqueda de ese lugar identitario que se dibuja como un horizonte anhelado contra la incertidumbre a la que los sujetos han de hacer frente.

### 6.1.3 Iconografía del sufrimiento: aguantar y conmovearse

La condición de espectador del sufrimiento posee otro vértice más y es la percepción de la experiencia de contemplación como una prueba de fortaleza e integridad moral; sin embargo, cabe preguntarse previamente si representar el sufrimiento supone un problema moral. Y en

caso de que éste exista, ¿en qué consiste? Otras cuestiones asociadas son: ¿Por qué es legítima la representación del dolor? ¿Cumple alguna función? ¿Es moralmente aceptable contemplar el dolor sin una orientación pragmática? ¿Puede la representación del dolor de otros seres humanos constituir sencillamente un objeto de disfrute?

Boltanski considera la estetización como una tónica autónoma que interactúa con las tónicas sentimentalista y de denuncia que analizaremos en el siguiente capítulo. Sin embargo en esta tesis hemos preferido considerar la estetización como un eje transversal, como un modo de representación más que como una tónica independiente, dado que es una modalización propia del género publicitario, que puede ser rastreada en todos los textos de nuestra muestra y que presupone una actitud y un modelo de destinatario. Por otro lado, sostenemos que la representación meramente estética del dolor no tiene cabida en la formación discursiva de la solidaridad, en la que estas representaciones y su contemplación siempre reclaman cierta orientación pragmática, una justificación ética, espiritual, política, etc.

No obstante, la estetización, además de ser un modo del discurso, plantea también un recorrido tónico que implica una estrategia enunciativa particular. En la estrategia desplegada por la estetización, el enunciador propone al destinatario dejar de lado el sentimiento compasivo y también la indignación, posponerlos y en su lugar concentrarse en la experiencia de contemplación sincera del horror que servirá como demostración de la fortaleza del espíritu del espectador.

El enunciador se posiciona como el pintor del horror (Boltanski, 2000), un mediador que desde una posición distanciada y privilegiada –que le da acceso a la verdad más allá de lo evidente- hace ver el sufrimiento; por su parte el destinatario se dibuja como un espectador con coraje que no se abandona a la experiencia del estar horrorizado. Mientras, el objeto contemplado, los sujetos sufrientes, están figurativizados como víctimas pasivas en el marco de lo horrible. El pintor del horror es un enunciador que confiere a los infelices la única forma de dignidad que pueden pretender, la misma que les viene procurada por el hecho de estar en conexión y relacionados con un mundo ya pintado, una especie de *a priori* revelado en un registro estético.

La representación estetizada permite no considerar al sufrimiento ni como injusto, ni como conmovedor, sino que lo transforma en un objeto de contemplación sublime. La sublimación del horror ocupa en el campo de lo políticamente correcto el lugar de lo pintoresco, que también puede estar representado como lo trivial, lo exótico, lo popular, lo caricaturesco o lo

carnavalesco<sup>399</sup>. Este carácter sublime del horror invade al espectador permitiéndole demostrar su coraje, su fortaleza de espíritu, en un acto en el que lo estético del objeto contemplando se conecta con lo bueno del acto de la mirada.

La experiencia que aporta la estetización es la de un placer horroroso o un horror placentero (Boltanski, 2000:185). La operación de este placer, escribe Boltanski, responde a un doble movimiento que varía si el espectador se está enfrentando a lo sublime o a lo pintoresco, los dos modos de existencia del horror estetizado. El primer movimiento frente a lo sublime se confundiría con el miedo si el espectador no estuviese a salvo personalmente del peligro; para lo pintoresco se equipara al estupor frente a la fealdad, al disgusto o al rechazo. En el segundo movimiento, el destinatario se reapropia de estas emociones, de todo aquello que una percepción ordinaria habría rechazado. Este ejercicio de reapropiación señala la capacidad de agencia del espectador, su habilidad para reconocer lo moralmente destacable en la escena del horror. Veamos con más detenimiento de qué forma opera la estetización en la formación discursiva de la solidaridad.

En el contexto de la cultura judeo-cristina no existe ningún veto con respecto a la representación de seres sufrientes, históricamente no ha sido un problema y ese objeto aparece en un altísimo porcentaje de las manifestaciones artísticas de todo tipo. El conocimiento histórico de la iconografía del sufrimiento es una herencia “de antiguo linaje” (Sontag, 2003), que nos hace competentes en este campo. Las imágenes de martirios y sufrimientos sagrados forman parte de la herencia cultural del cristianismo y, más aún, del catolicismo. En términos generales, en opinión de Sontag, “los sufrimientos que más a menudo se consideran dignos de representación son los que se entienden como el resultado de la ira, humana o divina” (Sontag, 2003:51) Entre las representaciones cristianas del sufrimiento en las estrategias discursivas de las ONGD perdura, fundamentalmente, la piedad, ejemplo de un tipo de dolor benevolente en contraposición al dolor iracundo causado por la ira divina (Figura 158 y Figura 159).

A la luz de esta herencia cultural todo apunta a que la representación de crueldades está libre de peso moral, al igual que su consiguiente contemplación. Sin embargo, creemos que esto no es del todo cierto porque al espectador se le plantea la pregunta: ¿debo mirar esto? y además ¿lo estoy mirando del modo adecuado? Eso significa que el espectador debe reconocer una

<sup>399</sup> La categoría de lo pintoresco es aquella que no encaja ni en la de lo bello, dulce, fascinante, ni en la de lo sublime, espantoso u oscuro. Por eso lo pintoresco se encuentra en la irregularidad, el contraste, las variaciones imprevistas, y oscila entre lo feo y lo bello, según la cualidad de la mirada que lo observe (Boltanski, 2000).

intencionalidad, una orientación atribuible a la representación. Antaño las representaciones del dolor estaban asociadas a funciones de legitimación religiosa, política y pedagógica, en sentido amplio, pero en los contextos contemporáneos precisan de nuevas justificaciones<sup>400</sup>.



**Figura 158 Cear**



**Figura 159 Fragmento ACNUR**

La representación del sufrimiento en la cultura masiva, al margen de sus expresiones artísticas, suele estar vinculada a la información, además hoy es un requisito para habitar el mundo globalizado, ya que, como buenos ciudadanos, no podemos desconocer las desgracias que acaecen. Según Bauman (2003) es fácil comprobar la sanción negativa que recibe un rechazo activo a la información, una defensa basada en el no querer saber, en el desinterés sobre las desgracias y el dolor de otros semejantes. Ignorar activamente los males del mundo se ha convertido en un motivo de vergüenza, lo que no significa que no existan múltiples modos de ejercitar la indiferencia moral.

En el espacio mediatizado cabe la representación del sufrimiento presentado como real, pero ésta debe ser de orden informativo, es decir, dotada de un alto grado de verosimilitud y objetividad. La presentación del sufrimiento ajeno –no ficcional– sólo está justificada y legitimada en nuestra sociedad si puede atribuírsele una función social, aunque ésta esté muy desdibujada, considerando además que los sentidos atribuidos a la contemplación del sufrimiento lejano y cercano difieren entre sí. Desde nuestro punto de vista, la contemplación del dolor será legítima siempre que esté orientada hacia algún tipo de acción. Sin dicha orientación, la contemplación y el deleite frente a la desgracia ajena serían calificados como actos inmorales, si no sádicos. La presuposición de su orientación pragmática<sup>401</sup> legitima su

<sup>400</sup> Nos referimos a justificaciones de tipo colectivo y socialmente determinadas, no de orden filosófico, generalizables a todo tipo de contextos y coyunturas históricas.

<sup>401</sup> Las funciones ejercidas por estas representaciones son múltiples, se desarrollan en niveles diferenciados y no todas ellas están reconocidas de forma explícita en los discursos que las movilizan. Si

presencia en los discursos masivos y, específicamente, su utilización como tema publicitario. Las representaciones del dolor que se dan en la publicidad social han conseguido aunar el carácter informativo y la dimensión ficcionalizada y estetizada en un tipo de género híbrido que transforma, sobre manera, el contrato comunicativo de la publicidad convencional. Mientras la máxima de la publicidad comercial se enuncia como: “sé que me miente, pero aún así funciona”, ¿de qué manera se relacionan los destinatarios con una publicidad que, supuestamente, les está hablando de ‘realidades’ y de interés común? Las estrategias de representación híbrida que utiliza la publicidad social nos sitúan en un espacio fronterizo en el que entran en juego cuestiones sobre la verosimilitud, la autoridad y la legitimidad de lo enunciado.

En primer lugar, este tipo de anuncios moviliza representaciones en las que destaca la dimensión informativa. Es una estrategia habitual en la publicidad, por ejemplo cuando se recurre a las representaciones asociadas al fotoperiodismo. La construcción de verosimilitud en la publicidad social funciona de manera similar al género del fotoperiodismo, porque en ambos casos la dimensión icónica puede llegar a predominar sobre la dimensión indicial en los enunciados, sobre todo, en las fotografías. Este hecho, derivado de la lógica estetizada, permite por parte del enunciador un cierto abuso a la hora de construir los referentes de lo enunciado. El procedimiento es el siguiente: “El discurso se presenta como obligado por la imagen a decir la verdad. (...) El receptor sabe que la imagen debe corresponder a una situación de referencia concreta, (lo que antes hemos llamado dimensión indicial) pero dicho saber que enuncia la condición de posibilidad de la relación de referencia funciona, de modo abusivo, como garantía de la veracidad de una referencia específica. (...) La norma del testimonio identifica lo dicho a lo mostrado, es decir, postula la veracidad intrínseca de lo dicho en cuanto acompaña lo mostrado” (Schaeffer, 1990:104-105).

En segundo lugar, su carácter híbrido permite que esta dimensión informativa conecte con estrategias y modos de producción e interpretación propia del género publicitario orientada, tanto a la espectacularización como a la estetización. En la publicidad social de las



**Figura 160 El roto**

---

se predica su empleo con objetivos pedagógicos, se oculta, por ejemplo, su utilización en la legitimación de políticas públicas –militares, económicas o electoralistas–.

ONGD, como en el fotoperiodismo, se emplean imágenes dotadas de una fuerte tensión situacional, que condensan la intensidad de un acontecimiento y permiten, como un clímax secuencial, la concreción plástica de los cronotopos. Estas imágenes presuponen una serie de relatos, desplegados a través de las tópicas, que pueden ser de naturaleza política, ética, religiosa, económica, etc. Estos relatos determinan la tensión emocional –intensa, atenuada, violenta, etc.- que se otorga a lo enunciado en el espacio de la mediación. Estos presupuestos, en muchas ocasiones, sirven como elemento pacificador que opera a través de la estetización y atenúa la potencia perturbadora de las imágenes testimoniales, aparentemente insoportables o escandalosas<sup>402</sup>.



Figura 161 World vision (2009)

Una de estas estrategias estetizantes, descrita por Schaeffer, es la ilustración presentativa; con ella las fotografías de la desgracia actúan mostrando a los sujetos como especímenes. Algo similar a las imágenes de los catálogos, en los que no sólo se venden productos sino todo su contexto de utilización. Son ejemplos que dan valor añadido al conjunto de realidades y sujetos incluidos en la categoría catalogada. Esta es una estrategia común en la publicidad de las ONGD y tiene su mejor ejemplo en los regalos solidarios. Actualmente se ha puesto de moda comprar regalos para los otros: vacas, cabras, cerdos, pozos; todo lo que guarde relación con el ámbito rural, ya que los límites de la formación impiden aún que se pueda comprar un ordenador, por ejemplo. En la imagen vemos el catálogo web de World Visión (Figura 161), en

<sup>402</sup> “La imagen testimonio, a menudo insoportable o escandalosa, se ve de alguna manera pacificada por la integración narrativa que lleva a cabo el mensaje periodístico que la acompaña” (Schaeffer, 1990:107)

él los niños –representantes de los sujetos desafortunados- ocupan el mismo lugar que los regalos, señalando con claridad el valor añadido que éstos poseen.

Este tipo de imágenes también funciona como las postales turísticas, son imágenes para ver y conocer, o más bien reconocer, y están lejos de constituir una experiencia sensible de otro tipo.



**Figura 162 Spot TV Médicos del Mundo, VII Premio Internacional Fotografía Humanitaria Luis Valtañuela**

Como en el turismo, la publicidad nos ofrece imágenes de la “autenticidad escenificada”. El dolor, como vemos en las imágenes del spot de Médicos del Mundo (Figura 162), es un “lugar de interés turístico”; un espacio, que como decíamos más arriba, hay obligación de conocer. Lo mismo propone la reciente campaña de AMREF (Figura 163) al hablar de África utilizando los códigos del turismo, a través del slogan “Descubre la ruta de las enfermedades”; por otra parte, en esta campaña también se pone de manifiesto otro de los asuntos sobre el que volveremos más adelante, la función que las ONGD cumplen como sustitutos del sujeto solidario, ya que, como dice el anuncio, “AMREF hace este viaje por ti, con millones de africanos cada día”.

Y con todo ello, ¿qué busca el turista y el solidario? Según MacCannell penetrar en la región trasera, conocer el más allá, cumplir su deseo de ver la vida como realmente se vive. Pero la paradoja es que nunca se accede a la región trasera, sino a una parte trasera escenificada, una suerte de museo viviente (MacCannell, 2003:132). En esta situación proliferan los escenarios turísticos y los simulacros solidarios, incluso en ocasiones se funden ambos como en el turismo solidario.





Figura 163 AMREF (2009)<sup>403</sup>

Setem (Figura 164) es una de las organizaciones que fomenta el turismo solidario como una alternativa que tiene como objetivo “dar a conocer la realidad social de diferentes destinos y visitar las principales organizaciones locales que trabajan por el desarrollo, derechos humanos y justicia social. Todo sin renunciar a unas vacaciones donde también se conocen de primera mano los espacios naturales y de interés cultural más significativos del país.” Lo que se persigue es esa vivencia de primera mano a la que se refiere MacCanell. Seguimos leyendo en su folleto de 2008: “Una manera de viajar en la que podrás aproximarte a las inquietudes de los hombres y mujeres de los países del Sur. Convivir con una familia del Senegal, escuchar a los jóvenes brasileños de una favela de El Salvador, entender la realidad de una mujer hindú o sentir como propias las vivencias de los refugiados tibetanos del Nepal”<sup>404</sup>.

<sup>403</sup> “Descubre la ruta de las enfermedades. 365 días un viaje inolvidable. Por sólo 10 euros. AMREF hace este viaje por ti, con millones de africanos cada día. Ayúdanos. Tanzania, malaria, Kenia, alta mortalidad infantil, Etiopía, enfermedades oculares, Sudan, alta mortalidad materna, Uganda, escasez de médicos, Suráfrica, Sida.”

<sup>404</sup> Con esta línea de trabajo SETEM I TARANNA pretendemos contribuir a superar la incomprensión cultural i las desigualdades sociales y abrir caminos de solidaridad equitativa alejados de los modelos

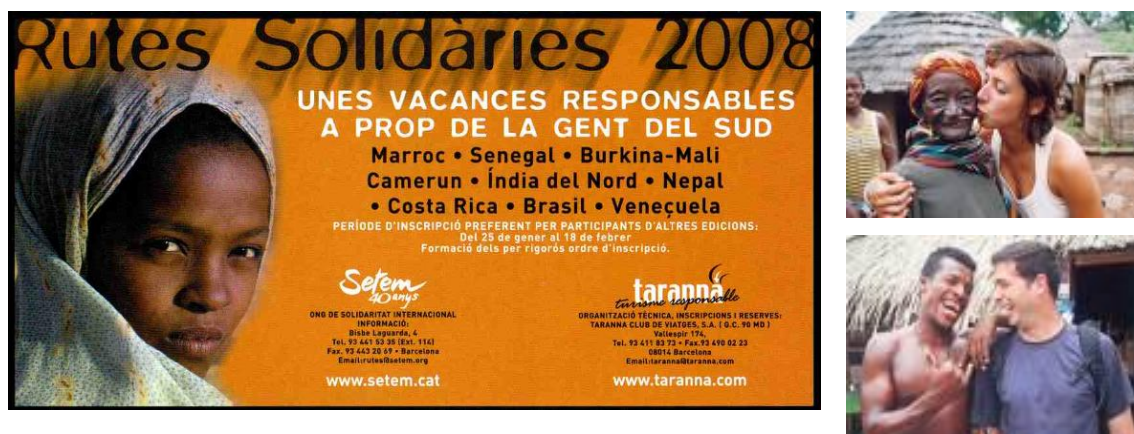


Figura 164 Portada e imágenes del folleto Setem-Taranna (2008)

Creemos que, en términos morales y políticos, la relación que se da entre los espacios sociales y los escenarios turísticos es similar a la que se produce entre el compromiso moral y ético frente a la injusticia y la experiencia solidaria hoy hegemónica. “La acción empírica en escenarios turísticos está confinada principalmente al movimiento entre áreas decoradas para asemejarse a regiones traseras, y las regiones traseras en las que los turistas tienen permitido espiar” (MacCannell, 2003:135). Como alerta este autor, en tanto que turistas y solidarios persistan en la búsqueda empecinada de la verdad y la autenticidad no habrá una salida fácil del marco de la experiencia cultural hegemónica. Es más, estas dinámicas puede participar de la destrucción de la solidaridad interpersonal. Veremos porqué con mayor detenimiento.

Las fotografías y los escenarios son coherentes y adecuados a las demandas de los imaginarios sociales. Los relatos y las estructuras de sentimiento que acompañan a estas imágenes ‘testimoniales’, propias de un género como la fotografía humanitaria, no adquieren potencia interpretativa y política porque no establecen un compromiso ético con lo mostrado. Este compromiso requeriría una cierta continuidad, un vínculo enunciativo entre la situación enunciada y los destinatarios de dicho discurso, que su construcción estetizada debilita o incluso anula.

Las fotografías de la publicidad de las ONGD son una muestra del “lenguaje intencional del horror” (Barthes, 2000), necesitan una sobre-construcción, una hiperritualización que nos permita identificar el horror y el dolor como evidencias. “Pero ninguna de esas fotografías nos llega. Frente a ellas estamos como desposeídos de nuestro juicio: alguien se ha estremecido por nosotros, alguien ha reflexionado por nosotros; alguien ha juzgado por nosotros, el

paternalistas. En este sentido, las rutas solidarias intentan, en la medida de lo posible, implicar a las poblaciones autóctonas que generalmente quedan excluidas del beneficio que puede reportar la actividad turística”.

fotógrafo no nos ha dejado nada, salvo el simple derecho de aceptación intelectual” (Barthes, 2000: 59).

La estetización favorece la activación de una delegación emocional y moral, la aceptación pedagógica, en términos de Rancière, de lo que los expertos nos cuentan sobre el dolor, un tipo de delegación sobre el que profundizaremos más adelante. Estas imágenes y relatos no nos muestran el horror, el dolor y la desigualdad sin hablarnos al mismo tiempo del escándalo ante el dolor, del estremecimiento correcto, del espacio del espectador. Son imágenes que carecen de “la lentitud de lo denso”, carecen de “alegato” y no obligan al receptor a una interrogación violenta, a la manera de la catarsis crítica de Brecht; con ellas se efectúa más bien una “purga emotiva” (Barthes, 2000).

La representación objetivadora y deshumanizadora que comparten la mayoría de estos anuncios es parte de la práctica del ‘voyeurismo sentimental’ propio de turistas, colonizadores, periodistas y hay que añadir, solidarios. Estas imágenes ‘transparentes’ conllevan el riesgo de un consumo estético que puede tornar inútiles las imágenes del sufrimiento y la miseria, despolitizar su sentido y neutralizar otros modos de emocionarse y encontrarse. La estetización nos libera, pues nos permite no hacernos cargo<sup>405</sup>.

Además, “el sentimiento de seguridad, de no implicación que siente el espectador, es el que explica que un objeto, horroroso por lo demás, pueda sin embargo originar un sentimiento de placer en cuanto se entrega a la representación” (Schaeffer, 1990: 126). Como vemos, la formación discursiva de la solidaridad no niega la posibilidad de que la representación del sufrimiento esté dotada de una dimensión placentera y de disfrute para los espectadores, asociando ésta a la lógica de estetización en el marco de la cultura masiva.

Otra explicación para el sentimiento placentero se cifra en la prueba de fortaleza personal y moral que la propia contemplación del dolor impone. Es decir, obtenemos la satisfacción de poder ver la imagen sin arredrarnos (Sontag, 2003: 52) cuando somos capaces de conmovernos frente a lo que vemos y aguantarlo, cuando podemos otorgar un sentido a lo visto: la acción de mirar y el objeto sobre el que ésta recae se moralizan, y al tiempo, se moraliza también nuestra relación con el resto de los sujetos que contemplan lo mismo. A través de esta mirada encarnamos y actuamos esa vinculación que todos poseemos con lo

<sup>405</sup> “La captación del instante único se presenta como gratuita, demasiado intencional, surgida de una voluntad de lenguaje que molesta (...) el interés que pueden despertar no sobrepasa el tiempo de una lectura fugaz, no resuena, no perturba y nuestra recepción se concentra enseguida sobre un signo puro; la legibilidad perfecta de la escena, su conformación nos dispensa de captar lo escandaloso que la imagen tiene profundamente; reducida al estado de puro lenguaje, la fotografía no nos desorganiza.” (Barthes, 2000: 59)

humano, según los dictados de la formación discursiva.

El mandato es conmoverse y aguantar o aguantar y conmoverse. ¿Por qué? Este mandato recoge la ambivalencia asociada al modelo de sujeto moderno, a caballo entre el hombre férreo<sup>406</sup> y el hombre apasionado. En primer lugar, conmoverse, tal y como explicamos, es la máxima del sentimentalismo, una orden que nos exige afecto común, comunicación de corazón a corazón y total sinceridad. En segundo lugar, aguantar<sup>407</sup> es parte del mito del hombre autotético<sup>408</sup>, del ser moral que controla plenamente su expresión emocional, del ideal del guerrero que desafía no sólo al miedo sino a la saturación de los sentidos (Buck-Morss, 2005). En opinión de Buck-Morss, afrontar el desafío, aguantar, sólo es posible para un sujeto autogenético, autocontenido, ajeno a los sentidos, un sujeto sin cuerpo y un ser asexual<sup>409</sup>.

Aguantar y soportar la visión del sufrimiento es una experiencia perceptiva considerada moralmente buena ante un objeto impactante, feo, brutal, o desagradable. Estos acontecimientos dolorosos –horribles– son traducidos a una representación ficcional que anestesia nuestros sentidos. Supuestamente, sólo atenuando el impacto, estetizando el dolor, podemos incorporarlos a nuestro imaginario y, llegado el momento, convertirlo en una escena corriente que logramos soportar y, más aún, a la que llegamos a acostumbrarnos.

---

<sup>406</sup> Hay un tipo de sensibilidad moderna que dibuja la figura del hombre insensible, o más bien, del hombre contenido, es decir, un hombre que no se deja llevar por esa pasión auténtica y descontrolada que nace de forma espontánea en su corazón, como sucedía en el ideal sentimentalista, sino que su ideal es el del sujeto que ante ésta se contiene y privilegia la razón. Puede verse un análisis de esta figura afectiva a través de un texto literario en Peñamarín (1996). Según Kant, en la *Antropología*, para que el hombre puede someter todas sus facultades al ejercicio del libre albedrío se requiere “que reine el entendimiento sin debilitar empero la sensibilidad (que es en sí plebe porque no piensa); porque sin ella no habría materia que pudiera ser trabajada para uso del entendimiento legislador” (Kant, 1798/2004:46-47).

<sup>407</sup> Aguantar también hace referencia a la regla que considera un defecto moral no querer estar informado, estar “ciego”. La ceguera ‘informativa’ está negada por el presupuesto de un mundo de transparente acceso, pero tampoco es aceptada una ceguera moral cuando ésta implica el rechazo a mirar y por tanto interpretar lo que se ve.

<sup>408</sup> Lo que fascina al hombre moderno de este mito de auto-creación es la ilusión narcisista de control total. “El hecho de que uno pueda *imaginar* algo que no *es*, es extrapolable a la fantasía de que uno puede (re)crear el mundo de acuerdo a un plan” (Buck-Morss, 2005). Todo esto tiene correlatos en ideologías bien asentadas como la creencia en el Desarrollo, esencial en la cooperación internacional, en la que siguiendo estos dictados –plenamente modernos– se piensa en la existencia de un plan, de un proceso lineal hacia la paulatina mejora de las condiciones de vida y avance cultural, político, social e, incluso, moral.

<sup>409</sup> La falta de sexualización no implica que este sujeto autotético no esté generizado. “El tema del sujeto autónomo, autotético, como insensible (*sense-dead*), y, por tanto, un creador masculino (*manly*), un auto-iniciador (*self-starter*) sublimemente auto-contenido, aparece a lo largo del XIX –al igual (que aparece) la asociación de la estética del creador con el guerrero, y, por consiguiente, con la guerra” (Buck-Morss, 2005: 177-179). Esta asociación de la experiencia de excitación sentimental con el mundo masculino sirve para consolidar el dominio patriarcal también en el campo socio-afectivo y para diferenciar ésta de la experiencia sentimental femenina, que queda infravalorada al categorizarse como descontrolada y desbordante, según se describía en las novelas sentimentales de finales del XVIII.

Zizek sostiene que sólo somos capaces de afrontar lo real si lo ficcionalizamos<sup>410</sup>: “hay que discernir qué parte de la realidad se “transfuncionaliza” mediante la fantasía, de modo que, aún siendo parte de la realidad, se percibe bajo el modo de la ficción” (Zizek, 2004). Este es el efecto que causa la traducción de lo real a diversos géneros discursivos que lo domesticar, como el caso del sufrimiento, el dolor y la otredad reconvertidas en material publicitario. En la caracterización normativa de los objetos –como estímulos emocionalmente competentes- está inscrita esta modalización y moralización del acto perceptivo. “La conmoción puede volverse corriente. Puede desaparecer. Y además se puede no mirar. La gente tiene medios para defenderse de lo que la perturba. Al igual que se puede estar habituado al horror en la vida real, es posible habituarse al horror de unas imágenes determinadas” (Sontag, 2003: 96).

Según Zizek, en cambio, es porque no podemos habituarnos a ese horror por lo que lo vivimos como algo irreal, una especie de pesadilla. “Precisamente por ser real, es decir, en función de su carácter traumático/excesivo, somos incapaces de integrarlo <el horror> en (lo que vivimos como) nuestra realidad, y nos vemos por consiguiente necesitados de experimentarlo como una aparición de pesadilla” (Zizek, 2004); lo Real mismo, con el fin de sustentarse, ha de percibirse como un espectro irreal y pesadillesco<sup>411</sup>.

## 6.2 Cronotopos de la solidaridad

Antes de concluir con el análisis de la mirada en la formación discursiva de la solidaridad nos detendremos en la descripción de los cronotopos en los que ésta se inscribe y se activa. En la segunda parte de este capítulo analizaremos el cronotopo de la mediación experta, que actúa como eje articulador de los cronotopos a los que aludimos a continuación.

La tematización de la “cuestión social” como un asunto global en sus términos actuales tiene lugar durante las décadas de los años 40 y 50 del siglo XX, momento en el que surge el

<sup>410</sup> Los objetos del horror se consideran más cercanos a lo real, por su impredecibilidad, su imperfección, pero también porque van acompañados de un fuerte componente ficcional. Este aspecto ficcional de la representación de lo que consideramos brutal, ‘horror’, es según Zizek, imprescindible para toparnos, relacionarnos con lo Real, todo aquello que nos supera.

<sup>411</sup> Peñamarín (2006b) vincula esta idea de ‘lo real’ con lo que Laclau y Mouffe definen como “antagonismo” en la política, esto es, una división social traumática que no se puede simbolizar. Esto concuerda con la idea de Zizek de que la principal función ideológica es “la fantasía de que nuestra relación con la realidad no estuviera estructurada por ideología alguna”. Sin embargo, Peñamarín matiza esta idea al afirmar que “quizá debemos pensar que no es la fuga, la ocultación o la deformación, sino la desconexión el procedimiento más “ideológico””. De ahí que debiéramos cuestionarnos: “¿Cómo se conectan, en nuestra moderna cultura de especialización y fragmentación, los espacios y discursos críticos con los espacios de la vida económica y política, de la educación, de la formación de la opinión? (Peñamarín, 2006b)

paradigma del desarrollo como modelo explicativo de dicha cuestión y como método para su supuesta solución. Los pobres se convierten en un problema del mundo colonizador. Con el desarrollo se reedita la fórmula de la sociedad desigual construida sobre sujetos supuestamente iguales de modo que, como ya mostramos en el anterior apartado, en su intento de reducir esta desigualdad la reproduce sin cesar. Según Rancière, cuando la igualdad se propone como objetivo, desde una situación no igualitaria de partida, dicha igualdad se verá aplazada, de hecho, al infinito. La igualdad nunca debería ser un resultado a alcanzar, sino el punto de inicio.

En este apartado describiremos cuáles son las representaciones hegemónicas que, ligadas al paradigma del desarrollo, sostienen lo que Rancière en *El maestro ignorante* (2002) denomina “sociedad pedagogizada”. Esta descripción nos llevará al análisis de la solidaridad como espacio de mediación experta. El desarrollo parte de lo que Rancière llama la ficción de la desigualdad de las inteligencias. La idea es similar a la cristalizada a partir de la interpretación economicista sobre el desarrollo: se supone que la diferencia de inteligencia y capacidad entre los sujetos es causa de desigualdad y para solventar ésta es preciso poner en juego algún tipo de sistema que permita reducir la distancia entre unos y otros. La supuesta reciprocidad entre derechos y deberes que se atribuye a los sujetos iguales y, sobre todo, la instrucción pública sirven de base tanto para el proceso pedagógico para el desarrollista.

La instrucción escolar y el paradigma del desarrollo comparten un contexto de orden progresivo: “el orden idéntico de la autoridad de aquellos que saben por sobre quienes ignoran (...), el orden de las sociedades fundadas en las luces de la ciencia y del buen gobierno” (Rancière, 2007:8). Los profesores expertos que representan esas luces son, en la formación discursiva de la solidaridad, las ONGD; igual que el maestro como representante de la institución pedagógica da voz a sus alumnos y les ilumina, las ONGD ofrecen una representación del mundo acorde con las metas de transformación y cambio social, siempre de orden progresivo.

Sin embargo, lo que está en juego en las figuraciones que analizaremos a continuación y en el siguiente capítulo no es una cuestión de método, y menos de corrección en el territorio de las representaciones; la implicación –como advierte Rancière– es de orden filosófico: “se trata de saber si el mismo acto de recibir la palabra del maestro –la palabra del otro– es un testimonio de igualdad o desigualdad”. En otros términos, si cuando las ONGD proclaman ser la voz de los sin voz “tienen como presupuesto una desigualdad que ‘reducir’ o una igualdad que verificar” (Rancière, 2007:10).



En el modelo de la sociedad pedagogizada, “la desigualdad es asimilada a la situación de los niños con retraso. (...) La sociedad se representa así como una vasta escuela que tiene sus salvajes para civilizar y sus alumnos con dificultades de aprendizaje. (...) Y el gobierno no es otra cosa que la autoridad de los mejores de la clase”. La pedagogización de la sociedad consiste, según Rancière, en “la infantilización general de los individuos que la componen” (Rancière, 2007:12).

Veamos de qué manera se produce esto en las representaciones cronotópicas propias de la formación discursiva solidaria y si, como sostiene este autor, afecta a todos los sujetos por igual. Antes hay que recordar que estos cronotopos sirven de base para los recorridos tópicos y la configuración de agenciamientos enunciativos de las que nos ocuparemos en el siguiente capítulo.

## 6.2.1 La infelicidad: espacios y tiempos de los desafortunados

### a) Espacios

Como vimos en el capítulo II, la representación de los sujetos no está aislada de las coordenadas espacio-temporales implícitas en las narraciones. Para abordar esta articulación recurrimos al concepto de cronotopo (Bajtín, 1989), preguntándonos, en primer lugar, qué lugares y qué tiempos aparecen en la publicidad de las ONGD, en relación con las representaciones de los otros que definen en último término quienes son ellos.

Si hay algo que define a los desafortunados es su pertenencia a una colectividad; ellos nunca son sujetos individuales, son sujetos sólo en tanto pueden quedar afiliados a un espacio y a un colectivo que les convierte en miembros paradigmáticos del mismo. En el marco del desarrollo, en lugar de tematizarse la pobreza como un concepto abstracto, la preocupación por la cuestión social se concreta en la visibilización de las ‘zonas empobrecidas’.

Uno de los referentes espaciales identificables relacionado con los otros, aunque quizá no el más habitual, es el territorio nacional. Decimos que no es el más habitual o idiosincrásico porque en el cronotopo de los otros no funciona de igual manera que en el nuestro. La mención al territorio nacional no les convierte en ciudadanos, las fronteras nacionales cumplen una función diferente.

La mención de un espacio nacional, habitual sobre todo en la publicidad de emergencias, constituye una primera aproximación a las geografías imaginarias de los otros. Las zonas de emergencia y catástrofe identificadas con el país afectado, y cargadas de información gracias a



la relación intertextual que establecen con los relatos periodísticos informativos, sirven como puntos de anclaje en la construcción general de las geografías del sufrimiento en términos más abstractos. Ayudados por los *locus* de las emergencias, estos mapas generales del dolor permiten que en otros anuncios se ligen naciones muy dispares como participantes de espacios que comparten condiciones semejantes. En el anuncio de Acción contra el hambre (Figura 165) se vinculan Nicaragua, Bosnia, Angola, Zaire, Somalia y Liberia, añadiéndose el etcétera que todo destinatario competente sabrá continuar.



**Figura 165 Acción contra el hambre (2000)**

Estas geografías se caracterizan por una concreción gradual; por ejemplo, desde el Sudeste asiático y África Austral hasta África o Asia en términos amplios. Esta homogeneización es posible gracias a la elaboración metafórica de los espacios genéricos asociados a “los otros”, que reciben diversas lexicalizaciones, la mayoría compatibles entre sí. Estas categorizaciones, por una parte, mencionan lugares de desgracia y por otra constituyen los territorios de acción para las ONGD.



**Figura 166 Intermón Oxfam (2003)<sup>412</sup>**

<sup>412</sup> “Dentro de este diario hay noticias. Dentro de la guerra, la pobreza o el hambre hay personas. Entra en Intermón Oxfam. Si tú entras, ellos podrán salir. Si entras en Intermón Oxfam podrás hacer que

En el siguiente anuncio de Intermón-Oxfam (Figura 166) encontramos la mejor expresión de la realidad cronotópica de los otros; en este anuncio, ciertas experiencias o fenómenos se transforman en los lugares habitados por los otros. La guerra, el hambre o la pobreza dan cobijo a los subalternos y además los definen. La temporalidad de estas experiencias se transforma en espacios, de manera que la mistificación de los otros, su atemporalidad, adquiere una mayor eficacia simbólica. Para mantener esta construcción topológica, la mediación también se representa espacializada -de la mano de las metáforas sobre la web-: “si tú entras, ellos podrán salir”.

Dentro de este proceso de topologización, destaca una referencia geográfica por encima del resto: “Tercer Mundo”, sin embargo, éste no es el lugar más repetido en las representaciones, sino el que con mayor contundencia trabaja como presupuesto. Si está presente es sobre todo, en la publicidad de apadrinamientos. “Tercer Mundo” constituye una denominación fuertemente arraigada en la formación discursiva de la solidaridad y también en el discurso del desarrollo<sup>413</sup>. Se trata de una categoría incómoda, a la que todavía no se ha encontrado sustituta; en su lugar, una de las fórmulas que se ha probado para tratar de desplazarla, junto con el uso de las comillas, ha sido la de “el llamado Tercer Mundo” que pese a establecer una distancia paródica sigue reforzando los presupuestos contenidos en ese término.

Dentro de este proceso de topologización, destaca una referencia geográfica por encima del resto: “Tercer Mundo”, sin embargo, éste no es el lugar más repetido en las representaciones, sino el que con mayor contundencia trabaja como presupuesto. Si está presente es sobre todo, en la publicidad de apadrinamientos. “Tercer Mundo” constituye una denominación fuertemente arraigada en la formación discursiva de la solidaridad y también en el discurso del

---

muchas personas de los países pobres puedan valerse por sí mismas y salgan del hambre, de la pobreza y de la guerra. Ayúdales. Hazte socio ahora. ¿Entras?”

<sup>413</sup> En el ámbito teórico también encontramos esta reiteración. Escobar (2005) en su artículo “El post-desarrollo como concepto y práctica social”, pese a su perspectiva crítica sobre el desarrollo, a largo de todo su trabajo se ve obligado a emplear la denominación tercer mundo, a veces como un objeto que hay que deconstruir, otras en un sentido literal y en otras emplea fórmulas de distancia: el uso de comillas, “del llamado tercer mundo”, “a lo que se conocía anteriormente como tercer mundo”, “el anteriormente denominado tercer mundo”. En las conclusiones proclama: “Si aceptamos ya sea la necesidad de rebasar la modernidad o el planteamiento de que estamos en un período de transición paradigmática, esto quiere decir que los conceptos de desarrollo y del Tercer Mundo ya pertenecen al pasado: que en paz descansen”. Su optimismo sólo llega a proclamar que “el imaginarnos “después del desarrollo” y “después del Tercer Mundo” podría convertirse en un aspecto más integral del imaginario de estos movimientos” (Escobar, 2005:30). En nuestra opinión, su planteamiento teórico se ha visto restringido por el propio cronotopo que pretendía deconstruir.

desarrollo<sup>414</sup>. Se trata de una categoría incómoda, a la que todavía no se ha encontrado sustituta; en su lugar, una de las fórmulas que se ha probado para tratar de desplazarla, junto con el uso de las comillas, ha sido la de “el llamado Tercer Mundo” que pese a establecer una distancia paródica sigue reforzando los presupuestos contenidos en ese término.

Por motivos diferentes Ayuda en Acción (Figura 167) afirmaba ya en 1998 que el Tercer Mundo estaba desapareciendo, pero lo cierto es que ha seguido vivo; en el 2007 Solidaridad Internacional pedía: “Dale la vuelta a la situación del Tercer Mundo. Solidarízate. Rellena este cupón” y en el 2009 al realizar una búsqueda desde la página de Google con esa palabra los enlaces resaltados que aparecen son de Intermón Oxfam y Médicos Sin Fronteras, entre otros; dos organizaciones que si bien no emplean ese término en su publicidad siguen asociadas a este universo de sentido.



Figura 167 Ayuda en Acción<sup>415</sup> (1998)

Si hay una categoría que haya logrado

desplazar a la del Tercer Mundo es la de Sur o países del Sur. Esta supera la referencia política a la guerra fría, implícita en la anterior, y apunta hacia la dimensión económica y también a la propiamente geográfica, ya que la mayor cantidad de personas en situación de pobreza y

<sup>414</sup> En el ámbito teórico también encontramos esta reiteración. Escobar (2005) en su artículo “El post-desarrollo como concepto y práctica social”, pese a su perspectiva crítica sobre el desarrollo, a largo de todo su trabajo se ve obligado a emplear la denominación tercer mundo, a veces como un objeto que hay que deconstruir, otras en un sentido literal y en otras emplea fórmulas de distancia: el uso de comillas, “del llamado tercer mundo”, “a lo que se conocía anteriormente como tercer mundo”, “el anteriormente denominado tercer mundo”. En las conclusiones proclama: “Si aceptamos ya sea la necesidad de rebasar la modernidad o el planteamiento de que estamos en un período de transición paradigmática, esto quiere decir que los conceptos de desarrollo y del Tercer Mundo ya pertenecen al pasado: que en paz descansen”. Su optimismo sólo llega a proclamar que “el imaginarnos “después del desarrollo” y “después del Tercer Mundo” podría convertirse en un aspecto más integral del imaginario de estos movimientos” (Escobar, 2005:30). En nuestra opinión, su planteamiento teórico se ha visto restringido por el propio cronotopo que pretendía deconstruir.

<sup>415</sup> “Porque su futuro ya está cambiando. Porque están aprovechando sus propios recursos. Porque, trabajando juntos, estamos contribuyendo para que dejen de ser el Tercer Mundo”.

desigualdad viven en países del hemisferio sur. Además sirve para establecer con mayor claridad la confrontación dicotómica entre ricos y pobres, así como posibles patrones de relación. Esta categoría ha tenido que matizarse para no convertirse en un referente literal sino metafórico.

Hoy el sur se entiende más como una condición vital que como un referente geográfico, lo que permite, sobre todo, cualificar a los sujetos y esencializarlos, tratando como parte de su ser lo que no es sino un estado socio-histórico, político y económico.<sup>416</sup> Gracias a su funcionamiento discursivo, la presencia del sur en el norte se interpreta de forma peculiar: los otros se trasladan a nuestro espacio (existen o se transforman) no como sujetos sino como lugares cronotópicos<sup>417</sup>.

Estas categorías de Tercer Mundo y Sur llenan de sentido otras referencias más difusas como: “otros países”, “esos países”. “países en vías de desarrollo”, incluso otras aún más generales como la empleada por Cruz Roja (2005): “más allá de nuestras fronteras”. Una de las categorías que se ha desechado en este proceso y ahora es considerada políticamente incorrecta es la de “países sub-desarrollados”, que muestra el éxito parcial del trabajo de deconstrucción y crítica de los discursos colonialistas y desarrollistas.



**Figura 168 Acción contra el hambre (2002)**

<sup>416</sup> Este tipo de representaciones constituye una violación “del principio de igualdad esencial entre los seres humanos a través del recurso de mostrar como esenciales las diferencias que se predicán textualmente como existenciales” (Vasilachis, 2003:263). Según la autora, es preciso señalar “la injusticia de todas las formas de esencialización que concentran en unos individuos las cualidades y los atributos que se les niegan a otros individuos, que liberan a unos de responsabilidad mientras, tergiversando su identidad, hacen cargar a otros con el peso de la ignorancia, de la culpa, de la irracionalidad, de la pereza, de la resignación, esto es, que reservan a unos los derechos, y a otros, los deberes” (Vasilachis, 2003:135).

<sup>417</sup> Una concepción bien distinta del sur es la que utiliza Deleuze en sus *Diálogos con Parnet*. “Aquí un corso, en otra parte un palestino, un secuestrador de aviones, una revuelta tribal, un movimiento feminista, un ecologista verde, un ruso disidente, **siempre habrá alguien para surgir al sur.** (...) Las grandes rupturas, las grandes oposiciones, siempre son negociables; pero la pequeña fisura, las rupturas imperceptibles que vienen del sur, esas no. Si hablamos de sur es para señalar una dirección que ya no es la de la línea segmentaria. **Cada uno tiene su sur, y poco importa dónde esté situado, es decir, cada uno tiene su línea de caída o de fuga.** Las naciones, las clases, los sexos, también tienen su sur. Godard: no sólo son importantes los dos campos que oponen y se confrontan sobre la gran línea, **la frontera también cuenta, frontera por donde todo pasa y huye siguiendo una línea quebrada molecular orientada de forma distinta**” (Deleuze, 1997:148-149, énfasis nuestro).



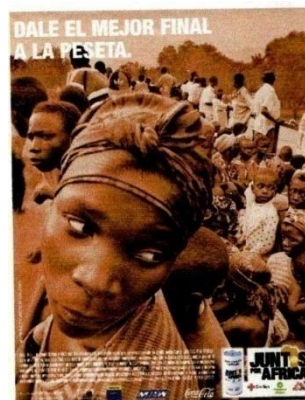
**Figura 169 Fragmento MSF (2004)**

Los espacios de los otros pueden concretarse o ser todavía más abstractos. Es habitual encontrar a los otros fotografiados en espacios vacíos (Figura 168), sin contexto, con encuadres tan cerrados que hacen irreconocible el lugar o bien dotados de una gran profundidad de campo, en encuadres mucho más generales que parecen abrir el foco pero en los que, sin embargo, no se percibe ningún contexto reconocible. Por ejemplo, en este tipo de imágenes puede aparecer una inmensidad de cuerpos y son estos mismos cuerpos los que delimitan el espacio,

como vemos en el anuncio de MSF (Figura 169 y Figura 171). Salgado (Figura 170), uno de los autores paradigmáticos de la fotografía humanitaria, nos da ejemplos de estas dos estrategias propias de la publicidad de las ONGD.



**Figura 170 Sebastião Salgado, Refugiados (1995)**

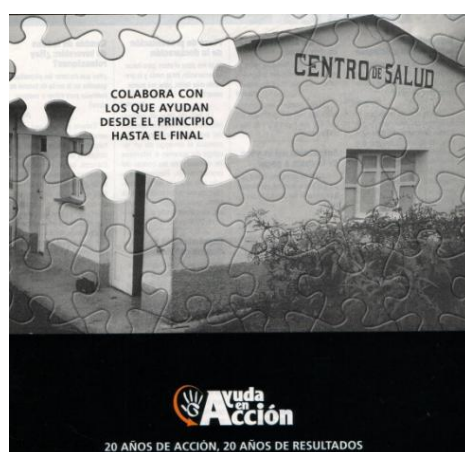


**Figura 171 Juntos por África (2002)**

El anuncio de Acción contra el Hambre (Figura 168) es ejemplar para ilustrar la falta de contexto, el vacío absoluto en el que se ubica a los otros. Este vacío, que puede ser un desierto o un descampado, sirve para que sus cuerpos funcionen como evidencias de la complejidad de las coordenadas espacio-temporales que pueden atribuírseles. Si el primer caso es una fotografía realizada por el propio Salgado, en el segundo, el anuncio de MSF, vemos un campo de personas, que bien podría haber sido parte de la obra de este fotógrafo, si la comparamos con la otra imagen reproducida tomada por él en un campo de refugiados en Zaire.



Esta estrategia visual recoge, en opinión de Schaeffer (1990), una herencia romántica, que pretende hacer coincidir la apariencia de superficie con el ser, revelar lo universal a través de lo particular. Tanto los primerísimos planos -las conocidas miradas- como las enormes profundidades de campo predicen una visión estática de un instante decisivo que, sin embargo, en el tiempo de los otros es un instante rutinario. Son imágenes que producen una paralización del ahora en las que espacio y tiempo se funden. El paradigma es el de una naturaleza muerta, el de un espacio que nos habla del tiempo de los otros como atemporalidad. Esta construcción del espacio está al servicio de la captación de lo atemporal en lo contingente y transitorio (Schaeffer, 1990:133).



**Figura 172 Fragmento Ayuda en acción (2002)**<sup>418</sup>

En una línea diferente, habíamos apuntado que los espacios de los otros también podían concretarse y esto se consigue cuando el lugar del otro se identifica con el territorio de la acción de las ONGD. Salvo el espacio de la infelicidad y la desgracia, los otros no tienen territorios propios.

Las ONGD, en términos generales, actúan en lo que hemos identificado como el lugar de la desgracia: guerra, epidemia, catástrofe, hambre, etc., es decir, “en los países donde sea necesario” (Médicos del Mundo), donde se pueda dar una oportunidad a los niños que no la tienen, en definitiva, “donde va tu ayuda” (Intermón). Esto se concreta en varios lugares, de los que destacan tres, que funcionan a modo de cronotopos menores: el campo de refugiados (Figura 173), la escuela (Figura 174 y Figura 175) y el hospital (Figura 176).

<sup>418</sup> “Colabora con los que ayudan desde el principio hasta el final”.

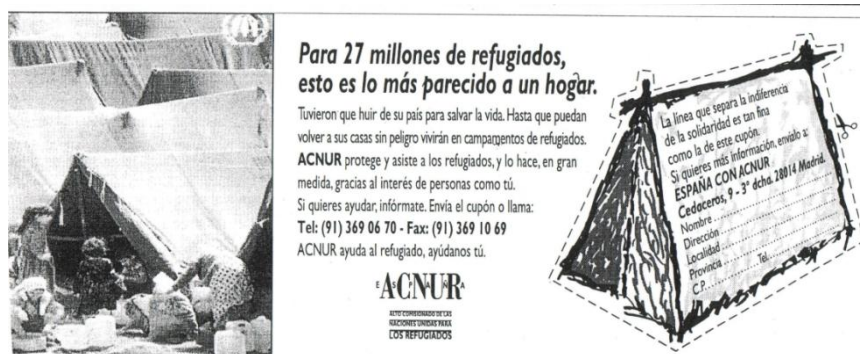


Figura 173 Acnur(2000)<sup>419</sup>

En estos territorios los otros participan, principalmente, en calidad de necesitados, lo que les convierte, respectivamente, en refugiados, sujetos que necesitan ser enseñados y enfermos. La concreción plástica de estos espacios se produce mediante escenas restringidas. En el campo de refugiados consiste, bien en la imagen de la tienda de campaña, bien en las colas que ejemplifican el éxodo o la entrega de ayuda. En la escuela se muestra a niños sentados en pupitres pendientes del profesor y en el hospital se ilustra el momento en el que el médico atiende a un paciente.

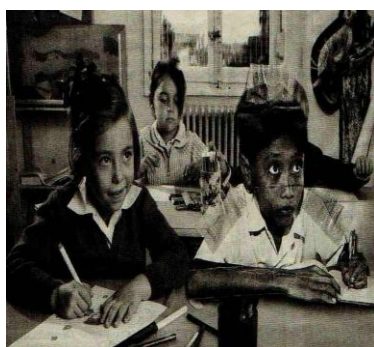


Figura 174 Fragmento Plan Internacional (2005)



Figura 175 ACSUR Las Segovias

## b) Sujetos

A través de estas escenas y estos espacios la formación discursiva de la solidaridad confluye con un régimen de representación que reproduce de diversas formas la mirada colonial<sup>420</sup>, de

<sup>419</sup> "Tuvieron que huir de su país para salvar la vida. Hasta que puedan volver a sus casas sin peligro vivirán en campamentos de refugiados. ACNUR protege y asiste a los refugiados, y lo hace, en gran medida, gracias al interés de personas como tú. Si quieres ayudar, infórmate. Envía el cupón o llama. ACNUR ayuda al refugiado, ayúdanos tú. La línea que separa la indiferencia de la solidaridad es tan final como la de este cupón".



marcado carácter proteccionista y pedagógico. Mientras que en otros géneros mediáticos, como películas, reportajes y *reality-shows*<sup>421</sup>, las representaciones hegemónicas de los otros responden a la imagen del salvaje -de naturaleza exuberante, instintiva e hipersexualizada-, en la formación discursiva de la solidaridad, que resulta complementaria a lo anterior, prima el estereotipo del buen salvaje<sup>422</sup>. Si del otro “exótico” se predica su pertenencia –casi inexorable- a culturas extrañas, desvinculadas, aisladas, homogéneas, “salvajes”, del otro “en desarrollo” se presupone esta misma pertenencia cultural, pero en proceso de modificación gracias a la acción de los expertos.

Este modo de representación emplea distintas estrategias discursivas. Ya nos hemos ocupado de la estetización, aquí señalaremos brevemente otras que le acompañan como son la racialización, la biologización, la infantilización, la generización y la victimización<sup>423</sup>. A la vista de lo anterior, podemos contestar a la pregunta ¿quiénes son los otros en la representación hegemónica? En un primer acercamiento, la imagen de la formación de la solidaridad durante las últimas décadas nos indica que los otros son, principalmente, niños y madres. Son sujetos marcados, racializados como no-blancos pero, sobre todo, negros. Son miembros, siempre

<sup>420</sup> No repasaremos aquí los estudios clásicos sobre el análisis del discurso colonial y el régimen de representación racializado, para ello se puede acudir, entre otros, a los trabajos clásicos como: Hall (1997) “The spectacle of the other”, Said (2003) *Orientalismo*, Bhabha (2002), “The other question: Stereotype, discrimination and the discourse of colonialismo”, Fanon (1986) *Black skin, White masks*, hooks (1992) “Representing whiteness in the black imagination” o Spivak (1999) *A Critique of Postcolonial Reason*.

<sup>421</sup> En la publicidad de las ONGD no se suele hacer mención a elementos exóticos y salvajes propios del cronotopo de la tribu, ni tampoco se mencionan de forma directa, o al menos han ido desapareciendo como referente, la sexualidad hiperdesarrollada y desordenada. Pero la activación de estos imaginarios tópicos deriva del funcionamiento interdiscursivo y de las conexiones que el discurso de las ONGD establece con otros campos de representación de los otros. Hemos detectado esta relación en varios *realities* como *Perdidos en la Tribu*, emitida en Cuatro (2009) y escrito sobre ello a propósito de una de las ediciones de *Supervivientes*, en el artículo “Aventura en África: canibalismo de la diferencia”.

<sup>422</sup> Creemos que las representaciones del buen salvaje que se dan en la formación discursiva solidaria corresponden con los sentidos que Bhabha atribuye al *mimicry* colonial, a los sujetos que actúan como simulacros del sujeto colonizador. Sostiene Bhabha (2002) que el *mimicry* responde al deseo de un sujeto otro reformado y reconocible, sujeto de una diferencia que es casi lo mismo pero nunca igual que su referente colonizador (o desarrollado añadimos). Para que sea efectivo el discurso del *mimicry* debe ser ambivalente, debe producir constantemente su exceso y su diferencia. El otro en calidad de *mimicry*, es un signo de doble articulación, en primer lugar es signo de una compleja estrategia de reforma, regulación y disciplina que se apropia de los otros en la medida en que éstos visualizan el poder ejercido y, en segundo lugar, son el signo de lo inapropiado, de la diferencia (Bhabha, 2002:85-92). Dicha ambivalencia otorga coherencia a la estrategia funcional del poder colonial y posibilita que en el espacio fronterizo del parecido pero nunca igual se desarrollen los discursos racistas, el rechazo a los otros, la discriminación. Mediante estrategias que consiguen eludir el territorio del enunciado y se despliegan en espacio movilizad por la posición enunciativa que regula y disciplina la diferencia cultural.

<sup>423</sup> No abordamos en este trabajo las estrategias de sexualización y los elementos psicoanalíticos implicados en el discurso racista y colonial, para ello se puede ver la obra de autores ya mencionados como Bhabha o Fanon.

considerados desde su pertenencia –familiar, cultural y racial-, frente a los sujetos individualizados que son cada uno de los que forman el nosotros. Los otros también son carentes. En primer lugar, son hambrientos, porque el hambre para ellos no es un estado sino una dimensión de su ser que resalta su condición de *homo sacer* (dotados sólo de vida biológica). Les faltan todo tipo de cosas lo que, en último extremo, les convierte en supervivientes, alcanzando su representación, a veces, incluso a la escala del *zombie*. Son enfermos. Y por último, son sujetos sin voz, sin capacidad de representación. Tras nuestro análisis hemos concluido que los otros sujetos propios de este cronotopo son: desculturizados, desocializados, necesitados y dependientes.

Físicamente, las marcas de los otros se expresan a través del rostro y del vestido. El color de la

### Descubre la cara



### de la solidaridad

**Figura 176** Fragmento *Ayuda en Acción* (2001)

piel, a menudo negra para hablar de África o mulata para hacerlo de América Central y Caribe; los ojos rasgados para indicar la pertenencia a Asia, igual que el tono de piel aceitunado. También el vestido es fundamental para indicar la pertenencia, bien porque es un traje que se puede adscribir a alguna región del mundo específica, como un sari, un velo que cubra el rostro o el pelo de una mujer, bien porque sea una ropa sucia y envejecida que represente la pobreza. Otra de las fórmulas que sirven para marcar a los otros como pobres son la suciedad y el estar despeinado, como vemos en esta fotografía de una de las niñas apadrinables de Ayuda en

Acción (Figura 176), si bien por las necesidades de la estetización los otros está “perfectamente” desarrapados y despeinados. “El embellecimiento es una clásica operación de la cámara y tiende a depurar la respuesta moral ante lo mostrado. El afeamiento, mostrar de algo su peor aspecto, es una función más moderna: didáctica, incita a una respuesta activa. Para que las fotografías denuncien, y acaso alteren una conducta, han de conmocionar” (Sontag, 2003: 95). La condición de lo bello o lo feo no está en el objeto en sí, sino en la mirada del espectador inscrita en el objeto; no es la niña la que resulta hermosa, sino el juicio moral y estético el que otorga dicho rasgo. Creemos que esta representación tiene un aspecto perverso, ya que en ella se entremezclan lo sucio, feo y malo con lo bello, seductor y bueno. La abstracción de los otros a través de la estilización del rostro y su construcción como evidencia es una constante, podemos comprobarlo al comparar las huchas del Domund (Figura 178, 1970) con las imágenes de “los que más lo necesitan” en un spot de animación de

Intermón Oxfam (Figura 177, 2009) -casi cuatro décadas después- realizado para promocionar las listas de regalos de boda solidarias.



Figura 177 Spot TV Intermon Oxfam (2009)



Figura 178 Huchas del Domund, décadas 1950- 1970

### i) Cuerpos enfermos

Si hay algo que muestre la necesidad de los otros es su cuerpo desnutrido y enfermo, al que ha acompañado en algunos casos la desnudez, sobre todo, de mujeres y niños, aunque ésta ha sido una de las pautas de representación que se ha ido desechando. En estos cuerpos se inscriben las trazas del tiempo y de la historia, en ellos quedan las huellas de su condición precaria, bien al hablar del sufrimiento –las arrugas, los estómagos hinchados, la boca sedienta, etc.-, bien al hacerlo de los resultados de la intervención por parte de la comunidad del nosotros –la sonrisa, el cuerpo vigoroso, etc.-.

Históricamente, el cuerpo enfermo de los pobres ha estado ligado a la idea de contagio, de epidemia y muerte; la enfermedad es una de las dimensiones metafóricas que convierte al otro en amenazante. Hay varias enfermedades asociadas a la pobreza: Sontag recuerda la tuberculosis y Foucault rescata la peste y la lepra; hoy en día su lugar preponderante ha sido ocupado por el SIDA.

El cuerpo enfermo de los otros es parte de su espacio cronotópico y mantiene una estrecha relación con la metáfora de la enfermedad como guerra e invasión, frente a la que hay que movilizarse, luchar y pelear (Sontag, 1996:47). Este campo metafórico sitúa en un marco compartido a la enfermedad, a la pobreza y al hambre. Además, como veremos más adelante, estas metáforas alimentan la imagen de los otros como amenaza e incluso como agentes potencialmente contagiosos. Leamos algunos slogans de anuncios:

- ☉ “Si quieres luchar contra el hambre puedes”, Acción contra el hambre (2000),
- ☉ “Ayúdanos a que miles de niñas en el sudeste asiático no tengan miedo. Hazte socio de Anesvad para luchar contra la explotación infantil”, Anesvad (2005),
- ☉ “Ayúdanos a acabar con la tortura”, Amnistía Internacional (2003),

- ⊙ “Combatir el hambre, tarea de todos”, Manos Unidas (1986),
- ⊙ “Combatir el hambre, proyecto de todos”, Manos Unidas (2009).

¿Qué aspectos caracterizan al cuerpo enfermo de los otros? Se les considera, por norma general, portadores naturales de la enfermedad, ellos son su origen y de ellos deriva el contagio para el resto de la población. La enfermedad, y más concretamente la lepra, se hallan en el fondo de los esquemas de exclusión, según Foucault, porque es el prototipo del contacto que hay que evitar, cortar<sup>424</sup>. En el espacio discursivo de la publicidad de las ONGD, Anesvad ha sido la organización que con más agresividad y de forma más explícita ha visibilizado esta amenaza contagiosa de los otros. Ésta ha sido su estrategia, prácticamente, desde su aparición en los medios masivos con su anuncio sobre Lady Di en 1998 hasta el día de hoy. La versión televisiva de la campaña de 2000 “Úlcera de Buruli” (Figura 179) es su ejemplo más acabado. Se compone de tres anuncios; en cada uno de ellos aparece el “héroe cooperante” acompañado de un niño (en cada ocasión distinto, pero de características tan similares que parece el mismo) que presenta un estado cada vez más avanzado de la enfermedad.

En cada anuncio se escuchan los siguientes argumentos: “Esta especie de grano es el primer síntoma de la úlcera de Buruli, la lepra del siglo XXI. No sabemos cómo se contagia, sólo cómo actúa. Ahora es **muy fácil** extirparla, pero si no actuamos ya, dentro de poco se convertirá en una úlcera que acabará devorando la piel de la mayor parte de la pierna, en algunos meses se verán los huesos, la única solución será amputar. Pero **aún podemos impedirlo** si tú nos ayudas”. En



Figura 179 Spot TV Anesvad (2000)

el siguiente anuncio de la serie se culpabiliza al destinatario de no haber ayudado, (“con tu ayuda le habríamos curado fácilmente”) y de ser responsable de que la enfermedad siga avanzando, aunque aún le queda una posibilidad de pararlo (“Pero para eso hace falta tu ayuda ¿o tienes que ver más para ayudarnos?”). Se tematiza también la mirada, se amenaza con mostrar la fealdad y el dolor que la ONGD está evitando mostrar a los destinatarios,

<sup>424</sup> “La peste como forma a la vez real e imaginaria del desorden tiene por correlato médico y político la disciplina. Por detrás de los dispositivos disciplinarios, se lee la obsesión de los ‘contagios’, de la peste, de las revueltas, de los crímenes, de la vagancia, de las deserciones, de los individuos que aparecen y desaparecen, viven y mueren en el desorden” (Foucault, 2002: 201).

haciéndose cargo de ello en su lugar. El último anuncio muestra las consecuencias de la inacción y la indiferencia: “si la ayuda hubiese llegado antes estaría curado”, pero como no lo hizo lo que apareció en su lugar fue el contagio. A partir de este momento se muestran imágenes en un televisor correspondientes a géneros televisivos reconocibles en los que protagonistas y presentadores muestran sobre sus cuerpos los efectos de la lepra. En la publicidad (Figura 180), sin embargo, siempre hay posibilidad de revertir el tiempo, por eso la voz del cooperante afirma: “Pero si no paramos la ulcera ahora no podremos evitar que se extienda por todo el mundo. Ayúdanos”, como si no hubiese pasado lo que las imágenes muestran como un hecho. La serie de estos anuncios no sólo moviliza la enfermedad como metáfora del otro amenazante, sino que además concede a los destinatarios la posibilidad de amputar, de cortar el contagio.

En la publicidad de Anesvad aparecen representados, explícitamente no sólo leprosos, también padres desalmados que venden a sus hijos –por tanto de alguna forma criminales. Sus anuncios activan el imaginario de los otros como masas de individuos desorganizadas. Por otro lado, ha sido una constante en los discursos de la cooperación internacional, sobre todo de los organismos internacionales, relacionar la ayuda humanitaria con la prevención del terrorismo y la amenaza en los países ricos.



Figura 180 Spot TV de Anesvad (2001)<sup>425</sup>

La estrategia de esta organización culmina en el 2009 (Figura 181) con una campaña que resume gran parte de estos planteamientos profilácticos: “Sólo un pueblo sano puede luchar por su propio desarrollo, uno enfermo está abocado a la pobreza”. Un anuncio en el que además se identifica a los afectados por una enfermedad con el conjunto de un pueblo enfermo.

<sup>425</sup> Imágenes paródicas de una de las protagonistas de Los vigilantes de la playa, y de una pareja en una comedia romántica, todos ellos afectados por lepra.



Figura 181 Anesvad (2009)

## ii) Cuerpos necesitados



Figura 182 Benetton y WFP (2002)

Los cuerpos de los otros no sólo expresan la enfermedad, sino que son también un espacio de intervención, el territorio en el que se lleva a cabo la ayuda y la cooperación. Su cuerpo es tanto manifestación del desarrollo como de la falta del mismo. Ya vimos el empleo de esta estrategia en el repaso cronológico al comparar el conocido anuncio de Leila de Acción contra el hambre con una web reciente de MSF. Aquí nos gustaría volver sobre los cuerpos, especialmente en relación a la estrategia de biologización.

Los otros son, por definición, necesitados; eso sitúa su necesidad siempre en el nivel más básico, el de la supervivencia; ésta a su vez se conecta, como veremos un poco más adelante, con los tiempos en los que habitan los otros, especialmente la urgencia. Escribimos en otro lugar (Gómez, Pascale, Saiz, 2003) sobre el modo en que opera esta estrategia, analizando la campaña de marketing con causa lanzada por Benetton en colaboración con WFP (*World Food Program*) en 2002. La imagen que reproducimos (Figura 182) es el anuncio guía de una



campaña más amplia, en la que aparecen diversos cuerpos de los otros que se emplean para contar historias de injusticia y de éxito de la ayuda. La que vemos condensa, desde nuestro punto de vista, parte de la norma hegemónica de representación sobre los otros en la formación solidaria. Se trata de un cuerpo evidente, sin rostro, desnudo y negro; estos mínimos elementos funcionan como un fondo sobre el que armar la trama del relato que pretende contar: cómo llegó a tener en la mano amputada una prótesis con una cuchara o, tal vez, cómo se siente teniendo esa cuchara –lo más probable sea que infiramos que se siente afortunado. Esta cuchara es el único rasgo de identidad que lo define. "El cuerpo aquí habla por sí mismo: la prótesis, que es naturalizada como parte de éste, lo designa como víctima, carente, dependiente y, fundamentalmente, lo categoriza como hambriento: comer es su única pretensión y esa condición es la que lo define" (Gómez, Pascale, Saiz, 2003), privándole de su identidad. Sobre este cuerpo interviene el nosotros, ejecuta la ayuda y la cooperación: alimentando, educando, sanando, protegiendo, etc.

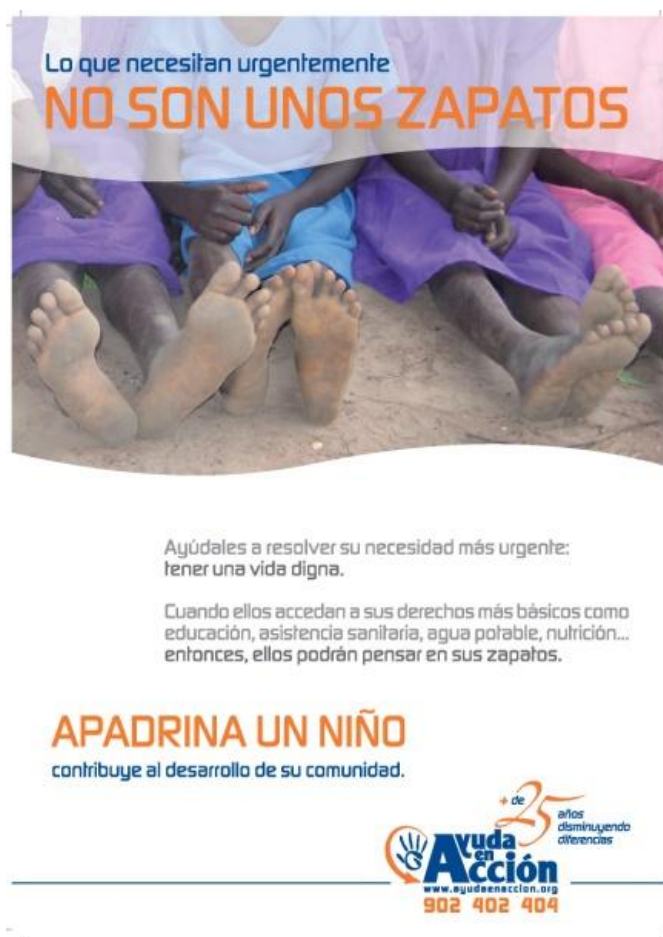


Figura 183 Fragmento Ayuda en Acción (2009)



Los otros no pueden pensar nada más que en sobrevivir, sólo les están permitidas ciertas capacidades<sup>426</sup> -las más básicas- dentro del conjunto de todas las que un sujeto podría desarrollar: vida, salud e integridad corporal. Ayuda en Acción (Figura 183, 2009) lo deja claro: “Lo que necesitan urgentemente no son unos zapatos. Ayúdales a resolver su necesidad más urgente: tener una vida digna”. El anuncio nos propone los pasos que han de darse: “Cuando ellos accedan a sus derechos más básicos: educación, asistencia sanitaria, agua potable, nutrición..., entonces ellos podrán pensar en sus zapatos. El mismo planteamiento encontramos en un anuncio de Acción contra el hambre (Figura 184, 2008), en el que se hace referencia al cuento de Cenicienta llevado al cine por Disney. Cenicienta, tenía concedidos sus deseos de participar de los bienes suntuosos durante unas horas, pero a las 12 de la noche sus sueños dejaban de ser realidad y la calabaza que se había convertido en un lujoso carruaje volvía a su ser comestible.

La campaña invierte la alegoría y anula este deseo de participar de los bienes –considerados superfluos-, afirmando: “Lo que de verdad les hace ilusión a muchos niños es que no se convierta en nada”. Otra vez, la voz de las ONGD habla por aquello que los otros necesitan y desean.

No hay lugar para el deseo ni para la fantasía en el espacio de los otros. Estas representaciones sirven para confirmar a los otros como sujetos dependientes y asistidos y es importante no olvidar que la necesidad, según sostiene Foucault, es un instrumento meticulosamente preparado, calculado y utilizado en el orden social, más aún en el marco biopolítico<sup>427</sup>.

---

<sup>426</sup> La idea central de la teoría de las capacidades de Amartya Sen “es la del ser humano como un ser libre dignificado que plasma su propia vida en cooperación y reciprocidad con otros, y no siendo modelado en forma pasiva o manejado por todo el mundo a la manera de un animal de rebaño” (Nussbaum, 2002: 113) La meta política de esta propuesta es la promoción de las capacidades de cada persona conforme a un modelo que deja abierto las posibilidades de realización efectiva y remite sólo a metas en potencia, lo que instaura el reto de imaginar qué aspectos componen un proyecto de vida plena que pueda compartirse, sin establecer *a priori* sobre cuál sería éste. Nussbaum ha propuesto un listado de las capacidades que podrían conformar este proyecto de vida que, en resumen, son podrían ser las siguientes: vida, salud corporal, integridad corporal, sentidos, imaginación y pensamiento, emociones, razón práctica, afiliación, relación con otras especies, juego, control del propio entorno (político y material). Creemos que un enfoque interesante para el análisis de los discursos solidarios reside en observar de qué forma éstos participan en el reconocimiento y la promoción de dichas capacidades tanto para el nosotros como para los otros en el marco de un proyecto compartido.

<sup>427</sup> Esto concuerda con los planteamientos de Simmel, expuestos en el capítulo IV, que identificaban también al pobre como dependiente y a la necesidad como una oportunidad para los ciudadanos de desarrollar la asistencia en todas sus dimensiones: política, económica, moral, afectiva, etc.



Figura 184 Acción contra el hambre (2008)<sup>428</sup>

Según Bauman, la figura del pobre y de la pobreza, que funciona tanto para colectivos indefinidos como para individuos ejemplificadores, homogeneiza discursivamente lo heterogéneo. Este proceso de homogeneización subsume la diferencia y hace idénticas figuras que no son tales, por ejemplo, un pobre y un refugiado. Esta figura del pobre se ha de comprender además en el marco de lo que Boltanski y Chiapello (2002) definen como el paradigma de la exclusión. El paradigma de la exclusión sirve para englobar bajo un mismo patrón no sólo los sujetos que presentan algún tipo de desventaja, sino también a aquellos que deben soportar las nuevas formas de miseria social, con lo que se unifican y homogeneizan condiciones y situaciones diferentes, por ejemplo, aquellas que operan en los márgenes de los estados del bienestar nacionales con aquellas otras que deben inscribirse en los contextos de la globalización.

Lo que caracteriza la condición de pobre excluido es el hecho de haber roto los lazos con el resto de sujetos, es decir, estar desconectado y “enviado a los márgenes de la red, allí donde se pierde toda visibilidad, toda necesidad y, prácticamente toda existencia”, dirán Boltanski y Chiapello (2002:448). Frente a esta situación surge el trabajo social y la cooperación con el objetivo de re-conectar a los ‘excluidos’, esto es, reinsertarlos socialmente ofreciéndoles la

<sup>428</sup> “Once millones de niños menores de cinco años mueren de hambre cada año. Llama al 902100222 y ayúdanos a ayudar”.

oportunidad de superar las supuestas desventajas que caracterizan su posición de marginación y que ésta misma ha reforzado<sup>429</sup>.

Este paradigma produce activamente la negación e invisibilidad de otro paradigma en conflicto, el de la explotación. La exclusión, destacan los autores de *El nuevo espíritu del capitalismo*, se constituye como un paradigma a través del cual se manifiesta colectivamente la indignación frente a la miseria y la desigualdad en las sociedades contemporáneas; un modelo que “permite señalar una negatividad sin pasar por una acusación. Los excluidos no son las víctimas de nadie, aunque su pertenencia a una humanidad común (o a una «ciudadanía común») exige que sus sufrimientos se tengan en cuenta y sean socorridos (...). Así, pues, la exclusión atañe (...) a lo que hemos denominado una «tópica del sentimiento» en contraposición a una «tópica de la denuncia»” (Boltansky y Chiapello, 2002:448). Este es el paradigma idiosincrásico del movimiento humanitario.

Las representaciones que estos autores atribuyen a la categoría de excluidos y que localizan en géneros tan dispares como el cine o los estudios estadísticos coinciden y se complementan con las imágenes aportadas en la publicidad de las ONGD y, en general, en los imaginarios de lo humanitario. Los sujetos que encarnan el paradigma de la exclusión se figurativizan “en calidad de pobres, mendigos, sin domicilio fijo o incluso sin papeles, emigrantes o habitantes de las periferias dejadas al albur del olvido y de la violencia (...) definidos ante todo por el hecho de estar sin: sin palabra, sin domicilio, sin papeles, sin trabajo, sin derechos, etc.” (Boltansky y Chiapello, 2002:449). En esta lista añadimos a los sujetos específicos del territorio del desarrollo: subdesarrollados, refugiados, niños y niñas soldados, etc.

El discurso sobre la necesidad<sup>430</sup> es consustancial a la matriz de la dependencia y la exclusión, además funciona como un medio para generar y discutir reivindicaciones políticas; es el idioma en el que se dirime el conflicto político y a través del cual simbólicamente se elaboran y modifican las desigualdades (Fraser, 1989:162)<sup>431</sup>. En la definición de las necesidades ocupa un

---

<sup>429</sup> La pobreza en la sociedad capitalista se ha conceptualizado, en parte, como un fallo de los individuos a la hora de desarrollar sus competencias y capacidades necesarias para incorporarse a los mercados de trabajo actuales. En este marco, las políticas contra la pobreza deben en último término transformar a los individuos para adecuarse mejor a las estructuras del empleo asalariado (Young, 2001, 686). Un planteamiento similar encontramos en la obra de Bauman (2000) *Consumismo y nuevos pobres*.

<sup>430</sup> Para una revisión de la conceptualización sociológica de la necesidad ver el artículo de Alonso (1986) “La producción social de la necesidad”.

<sup>431</sup> La primera fase de la definición social de las necesidades consiste en establecer o negar el status político de una necesidad determinada; la segunda fase atañe a la interpretación de la necesidad, momento que dirime quien ostenta el poder de definirla y de determinar cómo se puede satisfacer y la tercera fase se ocupa de la satisfacción de dicha necesidad y de los medios que aseguren o no su provisión (Fraser, 1989:164).

lugar privilegiado el discurso de los expertos<sup>432</sup>; como resultado de las redefiniciones expertas, las personas cuya necesidad está en cuestión se reposicionan. Se convierten en sujetos individualizados, se acrecienta su posición como pasivos, vulnerables, receptores de servicios antes que como agentes involucrados en la interpretación de sus necesidades y la conformación de sus condiciones de vida (Fraser, 1989:174).

Para Fraser, la necesidad y la dependencia se han descrito tradicionalmente en torno a cuatro ejes: económico, físico, psicológico-moral y político. Pese a su separación analítica todos ellos funcionan en la misma matriz. La dependencia desde el siglo XVIII se estigmatiza como desviada transformándose en una condición moral-psicológica atribuida a los sujetos que no logran adecuarse a la normalidad<sup>433</sup>. Según hemos visto en otros lugares, esto convierte a los dependientes en la otra cara de los sujetos independientes, los afortunados ciudadanos, que encuentran en las representaciones de los necesitados dependientes, como en espejos inversos, su mejor representación narcisista.

La victimización y la dependencia generada y activada por el discurso solidario tópico no sólo permite posicionar a los otros en un lugar inferior jerárquicamente, sino que sitúa al sujeto enunciador, por identificación y pertenencia en el nosotros, como sujeto poderoso. El posicionamiento enunciativo que regula este espejo deformado y gestiona el universo de representaciones de los otros es el de la mirada del 'yo' y del nosotros 'espectadores', ciudadanos solidarios, que corresponde a la abstracción universalista del sujeto moderno. Este posicionamiento enunciativo define lo "universalmente humano", reproduce la mirada del ciudadano ilustrado, objetivo, neutral, blanco, rico, educado y por supuesto, varón. Determina una concepción de lo 'humano' de carácter patriarcal y colonialista, ligada a una voz propia y apropiada en la formación discursiva.

Las estrategias de esencialización y desubjetivación de los otros permiten presentarles, en contraposición a una imagen idílica del nosotros, como objetos en los que se inscribe, como hemos mostrado, una imagen fidedigna del sufrimiento y la necesidad. Hay dos estrategias complementarias especialmente útiles a este propósito: la infantilización y la generización.

<sup>432</sup> Cabe señalar que en el marco del desarrollo, lo que se consideran necesidades y su jerarquización se ha ido modificando y ampliando en los últimos años, podemos observar los beneficios generados por ciertos empleos del concepto de 'desarrollo humano' implementado desde la década de los 90 por el PNUD, aunque existe otros muchos usos de la necesidad que siguen negando su estatus político y restringiendo con ellos los márgenes sobre su discusión.

<sup>433</sup> "El espacio entre quien define la situación de carencia y quien la vive puede generar la desconexión entre esos implicados. Esa desconexión se deriva no sólo de la distancia geográfica que separa a los implicados en organizaciones de cooperación internacional, sino, de la distancia cultural y estructural" (Revilla Blanco, 2002:40)

### iii) Sujetos infantilizados y generizados

La representación infantilizada de los otros ha sido sobradamente estudiada y criticada, incluso desde las propias ONGD. En este trabajo nos interesa la caracterización de los otros como incultos, a la luz de los planteamientos sobre la sociedad pedagogizada expuestos antes. La infantilización de los otros se produce de múltiples formas, la más conocida es una sobre-representación del universo infantil, pero también



Figura 185 AMREF<sup>434</sup> (2008)

encontramos representaciones explícitamente infantilizadoras como las de AMREF (Figura 185), que niega a los otros su estatuto de adultos. Ha sido común la imagen, reforzada por las dinámicas intertextuales, de sujetos infantilizados, indefensos, incapaces de resolver sus problemas para alcanzar el desarrollo adecuado. Esta incapacidad casi nunca se atribuye en las representaciones hegemónicas a factores externos a los otros, a condiciones de explotación, sino que su falta de madurez, aparece como debida a cualidades intrínsecas de los otros. Nuestro concepto de inmadurez es deudor de planteamientos modernos como los kantianos. “La Ilustración es la emergencia del Hombre de su condición de inmadurez autoimpuesta. La inmadurez es la incapacidad para utilizar el entendimiento sin la guía de la otra persona. Esta inmadurez es autoimpuesta si su causa no es la falta de entendimiento, sino la falta de resolución y de coraje para utilizarlo sin la guía de otra persona. La máxima de la Ilustración es, por tanto: *Sapere aude!* ¡Atrévete a utilizar tu entendimiento!” (Kant citado por Sennett, 2003:11). Desde esta máxima evaluamos la representación infantilizadora de los otros. Aparecen como sujetos incapaces de gobernarse a si mismos, de saber cómo hacer las cosas sin el consejo y la intervención de las ONGD y, en un sentido amplio, del “nosotros” desarrollado. Este modelo presupone y, al mismo tiempo, construye sujetos no autosuficientes gracias a la reiteración diversificada de la máxima: “no les des un pez, enséñales a pescar”. Un par de ejemplos:

- © Jóvenes del Tercer Mundo (2000): “Entrega un mundo mejor a los jóvenes. Jóvenes profesionales ayudan a jóvenes necesitados en el Tercer Mundo. Cursos de formación acelerada ofrecen en tres meses a un joven un futuro digno. Un futuro mejor”,

<sup>434</sup> Fundación Africana para la Medicina y la Investigación.

- © Intermón (2001): “las personas del sur no quieren vivir de limosnas, desean salir de su pobreza y labrarse una vida digna con sus propios medios. **Gracias a ti** podrán construirse un futuro mejor”.



Figura 186 Intermón Oxfam

Veamos con más detenimiento otro anuncio de Intermón que ejemplifica, desde nuestro punto de vista, las máximas de la sociedad pedagogizada. La campaña “Cabra lista, cabra tonta” (Figura 186) está contada en un folleto en el que el texto resaltado dice: “Antes de que llegara esta cabra, Mariata trabajaba día y noche para alimentar a su familia”. A esta mujer le pasaban todas las desgracias que caracterizan la vida de los desafortunados<sup>435</sup>, hasta que “una pequeña ayuda cambió su futuro para siempre”; el envío de semillas y herramientas por parte de la organización produjo excedentes y Mariata “ha empezado a ser autosuficiente y vivir dignamente”. Intermón describe el proceso como “una forma inteligente de combatir la pobreza”. La idea de emancipar a los otros está implícita en toda la campaña, al otro se le concede cierta capacidad de agencia y participación (“apoyamos a las personas que están trabajando para ser autosuficientes y valerse por sí mismas”) pero, sobre todo, es responsable y está al servicio de la ayuda recibida (“para que con su energía y trabajo cada céntimo que tú das sea mucho más valioso”). La cabra lista es un animal -blanco en contraste con la cabra

<sup>435</sup> “Cuando murió su marido, Mariata tuvo que hacerse cargo de su casa y de sus 7 nietos. Cada día, tras cocinar la poca comida que tenía para su familia, iba a buscar agua y trabajaba en un pequeño huerto que apenas les proporcionaba alimentos para sobrevivir. En esta situación, Mariata tuvo que hacer frente a todas las catástrofes que periódicamente azotan la región: una fuerte sequía que les dejó sin cosecha, dos plagas de langostas que arruinaron los cultivos y una de las peores inundaciones que ha vivido el país. Muchas veces, Mariata se queda sin fuerzas y sin recursos para sacar a delante a su familia...”



tonta negra y asociada a Intermón por su fondo verde corporativo- que además: “alimenta a los 7 nietos de Mariata. También les da medicinas y lápices para el colegio. ¡Es una cabra muy inteligente!”. No nos cabe duda de que es posible interpretar metafórica y metonímicamente las cabras del anuncio. ¿Quién son esas cabras? O más interesante aún ¿qué implicaciones trae consigo esta división entre listos y tontos? Podríamos considerar que la descripción de Intermón responde a un proceso de emancipación, quizá siguiendo las máximas de la *Pedagogía del Oprimido* de Freire (2000); sin embargo, desde nuestro punto de vista, esta



**Figura 187 Tarjeta de crédito MasterCard-Intermón Oxfam**

división y desigualdad radical de las inteligencias como punto de partida lo impide. Escribe Rancière por el contrario, que “la emancipación es la conciencia de esta igualdad, de esta reciprocidad que, ella sola, permite a la inteligencia actualizarse en virtud de la comprobación” (Rancière, 2002:32). Sigue: “Lo que atonta al pueblo no es la falta de la instrucción sino la creencia en la inferioridad de su inteligencia. Y lo que atonta a los «inferiores» atonta al mismo tiempo a los «superiores».

Porque sólo comprueba su inteligencia aquél que habla a un semejante capaz de verificar la igualdad de las dos inteligencias. De otro modo el espíritu superior se condena a no ser oído por los inferiores. Aquél sólo se asegura de su inteligencia descalificando a aquéllos que podrían devolverle el reconocimiento” (Rancière, 2002:32).

No siempre es así, ya que hemos encontrado algunas ejemplos de publicidad en las que los otros ocupan posiciones diferentes que, en algún aspecto, se desplazan con respecto a esta norma hegemónica; por ejemplo, han aparecido sujetos –aún minoritarios- que se describen como profesionales: médicos, enfermeros, profesores, activistas (Figura 188 y Figura 189). Sin embargo, lo que no hemos encontrado es una valorización del saber de los otros, de la inteligencia atribuida a la diferencia cultural, al reconocimiento en un sentido como el propuesto por Rancière.



**Figura 188 Fragmento Ayuda en Acción (2008)**



**Figura 189 Fragmento MSF (2005)**



Junto a los niños y niñas, las mujeres y, específicamente sus cuerpos -por su condición subalterna- son un lugar privilegiado para llevar a cabo la inscripción, fijación y reproducción de valores y prácticas socio-discursivas centrales en el mundo contemporáneo<sup>436</sup>. Los discursos que analizamos muestran que el discurso solidario es un discurso generizado, enunciado desde la posición del sujeto colonial masculino, que atribuye posiciones desiguales y jerarquizadas – dentro de la lógica no marcado/ marcado- a varones y mujeres. Se trata de un discurso generizado que no aborda, salvo excepciones, la cuestión de las relaciones de género; en su lugar, cuando la situación de las mujeres se tematiza se trata como un asunto propio de las mujeres, perspectiva que contribuye a esencializar, aún más si cabe, su posición. Por otra parte, en estos textos se produce lo que Spivak define como ‘colonización discursiva’, ya que la voz de las mujeres subalternas está totalmente negada, es la voz enunciativa de los discursos solidarios la que ‘nos habla de...’.

En las representaciones hegemónicas de la formación discursiva apenas encontramos ejemplos que aludan a preocupaciones con una perspectiva de género. Las imágenes de mujeres que aparecen cumplen objetivos concretos: ilustrar la eficacia de las estrategias economicistas de la cooperación, reiterar la labor reproductiva biológica y cultural, esto es, el papel de las mujeres como sostenedoras de la vida, o constituir la garantía de un complejo vínculo afectivo tipificado en la solidaridad compasiva, un rol que difícilmente pueden cumplir los varones ‘tercermundistas’, dado que la estructura de sentimiento que estamos analizando también está generizada.

Quizá el mayor grado de indefensión y vulnerabilidad lo encontramos en las imágenes que nos muestran a las mujeres en su condición de madres. La maternidad, una imagen reiterada y con un gran peso tanto cuantitativo como cualitativo, es el lugar en el que las estrategias de biologización y sexualización adquieren su expresión máxima. La maternidad está considerada en el universo de las ‘otras’ como un rasgo implícito del modo de ser mujer, un destino irrevocable, que sirve para presentar el mayor umbral de sufrimiento y su casi irresistible condena a la pobreza. Las madres, como el resto de sujetos en este cronotopo, están en un

<sup>436</sup> “Los cuerpos de las mujeres son disciplinados de maneras distintas: en los discursos de la maximización del beneficio, como obreras globales y trabajadoras del sexo; en los fundamentalismos religiosos, como receptáculos del pecado y la trasgresión; en algunos discursos nacionalistas específicos, como guardianas de la cultural y la respetabilidad, y por tanto criminalizadas como prostitutas y lesbianas; en los discursos estatales de la familia originaria como esposas y madres.” (Alexander y Mohanty, 2004:154) Unida a estas figuras de género están la de la mujer víctima, dependiente y la de instrumento del desarrollo y agente del ‘progreso’ de las que nos ocupamos en este capítulo.

vacío geopolítico y representacional, encuadradas en primerísimos planos y, casi siempre, sometidas a una mirada verticalizada.



**Figura 190 El Diario Montañés, 27 de Agosto de 2000<sup>437</sup>**



**Figura 191 El Diario Montañés, 25 de Julio de 2005<sup>438</sup>**

Son además imágenes de la maternidad como contemplación, estampas de estetización, que superando el modelo artístico de las Madonnas dolorosas que vimos en el apartado dedicado al fotoperiodismo (Capítulo V, Figura 56, Figura 57, Figura 58, Figura 59), son incluso útiles y hermosas para imprimirse en una tarjeta de crédito (Figura 187). Recordamos que éstas son también representaciones habituales en los medios de comunicación (Capítulo V, Figura 79 y Figura 80) que, liberadas del terreno de lo políticamente correcto inevitable en la solidaridad, permiten imágenes, desde nuestro punto de vista, más violentas. Un ejemplo son estas dos fotografías de prensa (Figura 190 y Figura 191), publicadas en el mismo diario (una del año 2000 realizada una por un periodista local y otra del 2005 de la agencia Reuters), donde la representación animaliza a estas mujeres.

Esta imagen de la mujer como víctima, sobre todo madre, totalmente indefensa, es parte de una persistente figuración que Trin-Minh-Ha categoriza como la 'nativa'. Esta nativa no puede ser sino racializada: una mujer árabe –marcada por los velos- o bien una campesina africana (Figura 192).

En nuestra muestra hemos encontrado, aunque con carácter minoritario, representaciones en las que aparecen mujeres-agentes, como modelos de la perspectiva del empoderamiento en el marco del desarrollo. Un claro ejemplo es la publicidad de Interred con el slogan "Educar a una mujer es educar a un pueblo" (Figura 193).

<sup>437</sup> "El hambre, el sida y la guerra que asolan África, temas centrales del último trabajo del periodista cántabro Javier Rodríguez Gómez".

<sup>438</sup> "Morir de hambre" sobre las hambrunas en Niger y Mali.

Esta es una imagen distanciada de la figuración de la mujer-víctima, que nos habla de su potencialidad pero incidiendo en la importante labor de las mujeres como gestoras comunales.



Figura 192 Intermón Oxfam

Es una publicidad que, sin embargo, aún queda muy lejos de hablarnos de las relaciones de género y la desigualdad, puesto que sigue focalizándose tan sólo en las mujeres, , considerándolas en parte como medios instrumentales para consolidar los objetivos del desarrollo. Junto a esta mujer estudiante, futura profesional que mira de frente y está, al menos, ubicada en un espacio educativo reconocible, hemos encontrado, en un anuncio de Solidaridad Internacional (Figura 194, 2000), otra representación de una mujer que desarrolla una actividad profesional y a la que se concede una identidad concreta, equiparable a la de una de las mujeres independientes y autónomas que conforman el “nosotras”. Se trata de una mujer socióloga de nacionalidad palestina y de nombre Victoria Chukry.

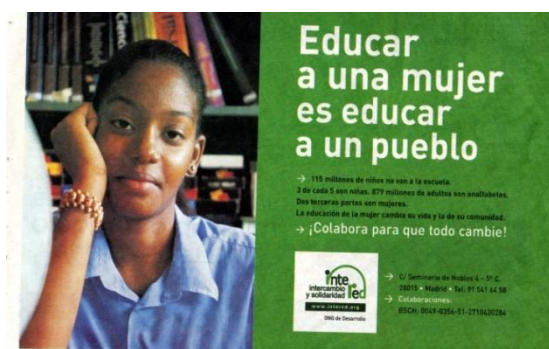


Figura 193 Interred (2005)



Figura 194 Fragmento Solidaridad Internacional (2000)

A estos ejemplos, se le unen algunas imágenes de mujeres trabajando, bien en el campo (Figura 192), bien como profesoras (Figura 188) o personal sanitario.

Excepcional es también su aparición como ciudadanas y activistas, representación de la que encontramos unas imágenes aisladas en dos folletos de publicidad de ONGD catalanas (Figura 195 y Figura 196). Ante estos escasos ejemplos positivos cabe preguntarse: ¿Dónde están, en

los discursos solidarios, las intelectuales, las activistas, las profesionales, las artistas, las políticas?, ¿dónde están las imágenes de las trabajadoras de las zonas francas? Parece que sólo tuvieran espacio y, por tanto, derecho y legitimidad, las ‘prostituidas’, ‘explotadas’, ‘madres’, ‘analfabetas’, las ‘más pobres entre las pobres’.



**Figura 195 4 idees (2008) Cooperació, Fundació AKWABA, Lliga dels Drets dels Pobles**



**Figura 196 Imagen del folleto Compromís per la Pau i la Solidaritat (2008)**

La incorporación del enfoque de género en la formación discursiva de la solidaridad, desde nuestro punto de vista, ha corrido pareja a la exploración de los espacios de lo políticamente correcto. Trinh-Minh-Ha nos alerta de que la multiplicación de imágenes sobre las otras puede hacernos creer que son apropiables, que nos podemos hacer con ellas<sup>439</sup>. En las representaciones hegemónicas de las otras, gran parte de su realidad y su valor resulta invisible. Tampoco hay huecos para lo fronterizo, ni lo inapropiable. Ellas pueden ser objeto de intervención, apropiación y consumo porque son las nativas, las auténticas habitantes del Sur.

#### **iv) Sujetos sin voz**

Una de las figurativizaciones más conocidas de las ONGD es la que les describe como la voz de los sin voz<sup>440</sup>. Esta caracterización presupone que los otros están en silencio. Entonces, ¿quién habla por su dolor? Haraway, a propósito de estas cuestiones, sostiene que las

<sup>439</sup> "The space offered is not that of an object brought to visibility, but that of the very invisibility of the invisible within the visible" (Trinh-Minh- Ha, 1991:187).

<sup>440</sup> Entre Junio de 2009, la Federación Madrileña de ONGD celebró un ciclo de documentales precisamente con el título La voz de los sin voz. En el folleto de presentación afirmaban: "Mediante la proyección de cuatro documentales queremos dar a conocer cómo trabajan las ONGD y cómo se organiza la sociedad civil, tanto del norte como del sur, frente a situaciones de injusticia, desigualdad o que suponga un peligro y que, por tanto, puedan provocar una seria amenaza para la subsistencia de los seres humanos". En algunos de los materiales proyectados se da voz y protagonismo a los sujetos protagonistas de sus historias, sin embargo, el marco de la actividad sigue poniendo la necesidad de los representantes mediadores en primer término.

representaciones de este tipo refuerzan el que los otros estén “constantemente mudos, requiriendo siempre los servicios de un ventrílocuo”. Continúa: “la efectividad de esta representación se basa en operaciones de distanciamiento. Lo representado debe retirarse de los nexos discursivos y no discursivos que lo rodean y lo constituyen y resituarse en el dominio autorizado del representante”, una estrategia adecuada al paradigma de la exclusión mencionado más arriba. “Se les aparta a la fuerza de una entidad colectiva y se les resitúa en otra, donde se les restituye como objetos de un tipo especial, como la base de una práctica representacional que autoriza para siempre al ventrílocuo. (...) Lo representado queda reducido al estatus permanente de recipiente de la acción, sin poder ser nunca un co-actor en una práctica articulada con otros compañeros sociales diferentes pero vinculados.(...) Un conjunto de entidades pasa a ser lo representado, el otro se convierte en el ambiente, a menudo amenazador para el objeto representado. El único actor que queda es el portavoz, el que representa” (Haraway, 1999:138).

¿Cuando los otros hablan en la publicidad de las ONGD lo hacen al modo del ventrílocuo? Hemos visto numerosos casos en que la ONGD “traduce” las vivencias, las ilusiones o los deseos de los otros:

- © “Lo que de verdad les hace ilusión a muchos niños es que no se convierta en nada” (Acción contra el hambre) (Figura 184),
- © “Para 27 millones de refugiados esto es lo más parecido a un hogar” (ACNUR) (Figura 173).

En el anuncio, particularmente ambiguo, de Amnistía Internacional (Figura 197), ¿quién está pronunciando el enunciado “Ayúdanos a acabar con la tortura”? ¿Es Amnistía? ¿Son las voces de las víctimas? ¿Pueden realmente fusionarse ambas en una voz única?

El dar voz es uno de los requerimientos que recoge el Código de Conducta de la CONGDE, que en su apartado de reglas prácticas sobre la comunicación aconseja: “Primar los testimonios directos de las personas o los grupos interesados sobre las interpretaciones de sus opiniones o declaraciones”. Según Trinh T. Minh-ha, el derecho a hablar de los nativos (para nosotros incluso algo mucho más restringido: el derecho a estar presente) no siempre



**Figura 197 Amnistía Internacional**



responde al interés por lo que los otros tengan que decir; a veces, muy al contrario, lo que guía la inclusión de sus testimonios es el deseo del nosotros de encontrarse con la diferencia; pero se trata de una diferencia apaciguada que cumple la misión de sacar al nosotros de la monotonía de lo igual. Paradójicamente, como planteamos al comienzo de este capítulo, lo que se exige del testimonio de los otros es su autenticidad, pero adecuada a las expectativas del nosotros, a lo que correspondería a un “verdadero nativo”. De esta forma, el nativo auténtico se produce en los discursos hegemónicos de la solidaridad como una posibilidad de encuentro con la diferencia, aunque desactiva a la otredad que constituyen, es decir, no se le deja ir tan lejos como para cuestionar el ser y el hacer del nosotros, de los otros y de las relaciones establecidas entre ambos. Al testimonio que se enmarca en lo nativo auténtico se le exige pureza y realidad dentro de los límites de la formación que regula su presencia<sup>441</sup>.

Los sujetos no “intervenidos”, los y las inapropiables, los inauténticos e impuros son los únicos que podrían cuestionar el fervoroso sueño del representante (Haraway, 1999). Estos sujetos que cuestionan la representación canónica del nativo y el *mimicry* son los que se reclaman y proclaman agentes, sujetos de derechos y productores de conocimientos, oponiéndose a o hibridándose con los expertos convencionales (Escobar, 2005). Sin embargo, al menos por el momento, en los discursos solidarios estos sujetos no han encontrado espacio.

Son muy pocos los anuncios en los que los otros y las otras tienen voz, en los que pueden hablar por sí mismos. Su testimonio suele estar ausente, aunque sabemos que su inserción tampoco tiene porqué implicar de facto una representación autónoma, ya que toda cita está regulada e interpretada por la enunciación del discurso solidario.

En nuestra muestra hemos encontrado escasísimos casos en los que los subalternos dan testimonio con sus palabras; cuando lo hacen tampoco parecen responder a un reconocimiento de su voz como titulares de derechos, dignos de enunciar un discurso propio articulado y, menos aún, producto de una voz colectiva o institucionalizada en algún tipo de actante colectivo.

---

<sup>441</sup> Escribe Thi Minh-Ha: “I am tolerated in my difference as long as I conform with the established rules”.(...) “The Third world representative the modern sophisticated public ideally seeks is the unspoiled African, Asian or Native American, who remains more preoccupied with her/his image of the real native/the truly different/than with the issues of hegemony, racism, feminism, and social change (which s/he lightly touches on in conformance to the reigning fashion of liberal discourse)” (Thi Minh-Ha. 1989: 88).

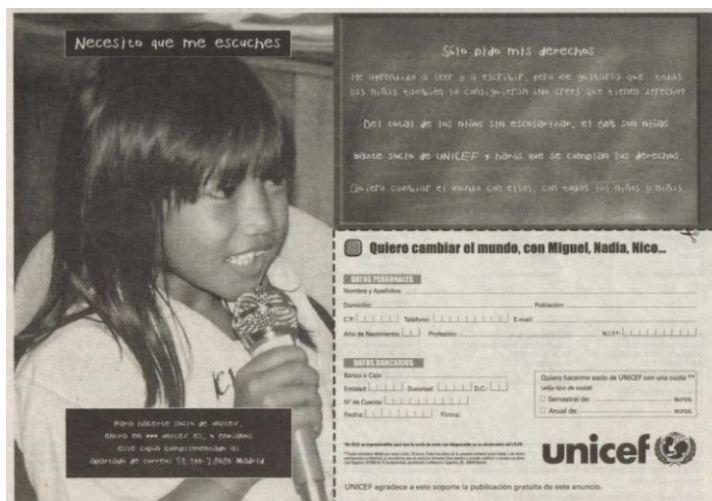


Figura 198 Unicef (2003)

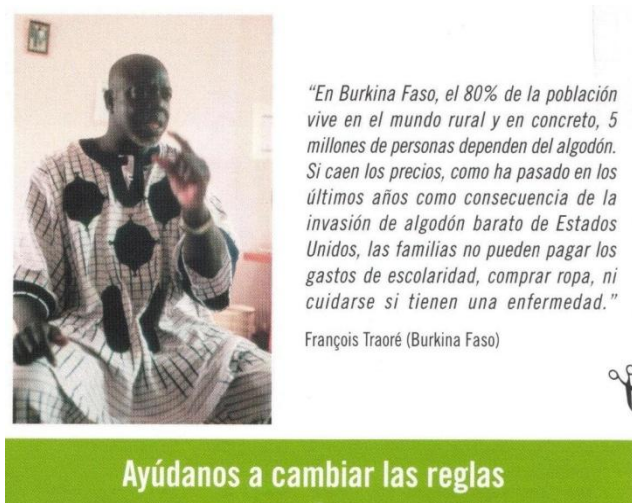
Entre los ejemplos aparecen tres niñas en anuncios de Solidaridad Internacional (Capítulo IV, Figura 22, 2000), Acnur (Capítulo VII Figura 224, 2002) y Unicef (Figura 198, 2003). En el primer caso, una niña dice: “Ya voy a la escuela, Solidaridad Internacional me ayudó a construirla”; el texto aparece en un idioma irreconocible para la mayoría de los destinatarios, es un caso típico de “ventrilocuismo”, en el que el lenguaje utilizado no corresponde al de la niña representada (que supuestamente dice “yo”), sino que resulta más propio de la ONGD (auto)elogiada; no se aportan fuentes sobre la procedencia de la niña, ni nombre, ni apellidos, ni ningún dato de su identidad cultural, más allá de que podamos atribuirle rasgos indígenas por los ojos y el color de la piel, siempre derivados de su adscripción cronotópica. En el anuncio de ACNUR (Capítulo VII Figura 224) aparece una niña musulmana -por su velo- que en vez de sonreír como la niña del anuncio de Solidaridad Internacional (Capítulo IV Figura 22) tiene una mirada triste. De ella sabemos su nombre Shrine, edad -11 años- y su condición de refugiada. Da testimonio de la situación general que soportan los refugiados: “No sé si volveré a ver a mi madre. Intento no pensar en ello. Sueño con las calles sin ametralladoras, con volver a la escuela a jugar”. Nada dice el anuncio del lugar que tuvo que abandonar, ni de la guerra que la desplazó. Por último, la niña del anuncio de UNICEF (Figura 198) aparece fotografiada con un micrófono en la mano, afirma: “Necesito que me escuches”, la atención la reclama para solicitar no sólo sus derechos, sino los de todos los niños y niñas que aún, al contrario que ella, no han podido aprender a leer y escribir. De nuevo, es una niña sin nombre ni filiación la que dirige su mensaje a los destinatarios: “Del total de los niños sin escolaridad, el 60% son niñas. Hazte socio de Unicef y harás que se cumplan sus derechos. Quiero cambiar el mundo con ellos, con todos los niños y niñas”.



Hemos encontrados aún menos casos en los que sean adultos los que den testimonio, lo que refuerza el rasgo ya señalado de la infantilización de los otros. La mayor parte de las veces que los adultos ejercen su derecho a la palabra lo hacen bien para reforzar sus penosas condiciones

de vidas o bien para mostrarse agradecidos<sup>442</sup>.

Uno de los casos diferentes pertenece a una campaña sobre el precio del algodón de Intermón Oxfam (Figura 199, 2005), dentro de otra mayor sobre Comercio con Justicia, una representación del otro como adulto con nombre y apellidos, un ciudadano que desde su país participa de las relaciones económicas internacionales. Este hombre habla de las consecuencias que traería consigo una



**Figura 199 Intermón Oxfam (fragmento) (2005)**

subida del precio del algodón en Burkina Faso, con su testimonio visibiliza un entramado institucional, haciendo mención a aspectos compartidos con el destinatario, como las dificultades económicas de las familias, en lugar de referirse a otro un tipo de asociación difusa.

Para Nos Aldás (2007) "toda comunicación que aluda al sufrimiento humano debería tener presente la siguiente triple hipótesis de partida: perseguir la activación de la comprensión y el recuerdo, pero además, hacerlo a través de un discurso verídico y honesto" (Nos Aldás, 2007:291-292). Para llevar a cabo esta tarea, el testimonio<sup>443</sup> es una herramienta fundamental que, como vemos, no se ha incorporado todavía como estrategia a la publicidad de las ONGD.

<sup>442</sup> Por ejemplo, en la campaña "Cabra lista, cabra tonta", Mariata al recibir la ayuda de Intermón Oxfam explica: "Ahora tengo leche para mis 7 nietos, y nuestra vida ha mejorado porque nos alimentamos mejor. También tengo un nuevo colchón, dos mosquiteras y libretas y lápices para el colegio de mis nietos. Incluso he podido pagar la mutua de salud para cuando necesitemos medicinas".

<sup>443</sup> Nos Aldás (2007:290-302) desarrolla el modo en que el estudio del testimonio y sus usos del lenguaje pueden incidir en los discursos educativos del ámbito de la cooperación. Entre los aspectos que desglosa la autora, "una de las aportaciones del testimonio (como discurso de la memoria) es que transmite lo humano (en tanto personal, individual) frente a lo abstracto (masificado, generalizado) del discurso histórico, la concreción de la experiencia por medio de nombres propios, pero en tensión con la representatividad y la credibilidad del discurso histórico como plasmación de la experiencia colectiva. (...) Los discursos testimoniales pretenden incidir en algo importante (la historia, pero a su vez cotidiano, personal, característico y representativo de la experiencia de muchos. Por este motivo las narraciones testimoniales van unidas a historias de vida" (Nos Aldás, 2007:297).

### c) Tiempos

Consideraremos el tiempo en cuanto construcción cultural teniendo en cuenta que sus representaciones forman parte de la manera en la que se experimenta. Los cronotopos organizan las representaciones de la temporalidad y densifican las coordenadas espacio-temporales ligándolas indisolublemente a los sujetos. El rasgo esencial del tiempo social cualitativo, como el del cronotopo que analizamos, es que no fluye uniformemente en el mismo grupo ni en sociedades diferentes. Los movimientos del tiempo sociocultural no son uniformes, existen condensaciones de tiempo, tiempos llenos de sentido y tiempos vacíos que les suceden y cuya duración viene dada por la vida colectiva (Beriaín, 1997: 102).

Veamos qué temporalidades habitan los otros y de qué manera éstas describen un tiempo compartido o, por el contrario, participan de la construcción de distancias, de “contemporaneidades no contemporáneas”. Los lugares de los otros remiten a un marco espacial conjunto: el ‘allí’, lo extraño y alejado. Cabría pensar que ellos, pese a estar en la lejanía, comparten con el nosotros un mismo tiempo presente; sin embargo, nuestro análisis nos ha revelado que sus dimensiones temporales no sólo difieren de las “nuestras” sino que su configuración, en gran medida, aumenta las distancias y dificulta los vínculos. Las representaciones cronotópicas de la formación discursiva solidaria no proporcionan un tiempo común, atribuyen a los otros tiempos simultáneos a los del nosotros pero casi nunca contemporáneos<sup>444</sup>. Se trataría, más bien, de simultaneidades anacrónicas (Abril, 1998).

El cronotopo de los otros y el cronotopo del nosotros mantienen una relación dialógica multidimensional a través de las temporalidades, ya que si ciertas dimensiones de la temporalidad les enfrentan y distancian, otras les ponen en contacto en un tiempo compartido<sup>445</sup>. La lógica que sigue esta distribución del tiempo responde al paradigma culturalista que regula las representaciones de los otros lejanos y extraños (Grupo PICNIC,

<sup>444</sup> Ya que, según Geertz, “los contemporáneos son personas que comparten un tiempo común pero no un espacio común: viven (más o menos) en el mismo período de la historia y mantienen relaciones sociales, a menudo muy atenuadas, unas con otras; sólo que no se conocen directamente, por lo menos según el curso normal de las cosas” (Geertz, 1997:303).

<sup>445</sup> El cronotopo permite condensar la temporalidad construida por los discursos masivos que es, según escribe Abril, *multitemporal*. Las representaciones del tiempo en la cultura de masas son deudoras de *matrices culturales múltiples* (Abril, 1998). Los medios sirven como espacios de mediación entre estas temporalidades. “Hoy pueden reconocerse en distintos contextos simbólicos formas de temporalidad, *hipercronías*, que, conjuntamente trabajadas por las ficciones massmediáticas y por las nuevas experiencias tecnológicas nos permiten concebir y experimentar no ya sólo la “revoltura” de cronotopías heterogéneas, sino la inversión cronológica (como el “retorno al futuro”), la detención del tiempo, su aceleración y el efecto de instantaneidad. Imágenes, en suma, *transversales y reversibles* del tiempo” (Abril, 1998).

2007), afín al marco del desarrollo que sostiene una temporalidad lineal y progresiva propia del contexto temporal moderna (Beríain, 1997: 109).

El recorrido temporal ascendente del desarrollo coloca a las culturas de los otros en un tiempo asociado a lo primitivo, a las culturas tradicionales que aparece como repetición de situaciones con arreglo a una pauta culturalmente establecida (Beríain, 1997: 109), un tiempo de orden cíclico que en el cronotopo del infortunio, regido por la enunciación solidaria, adquiere características peculiares. En contraposición a la vivencia tradicional del tiempo, desde el siglo XVIII la concepción del tiempo se transforma y la modernidad nos trae un presente que vive de cara al futuro y la novedad, olvidando el pasado que regresa. No sólo se trata de abrirse hacia el futuro, sino de que “en el nuevo modelo de mundo los procesos sociales tienen su propia estructura temporal”, dándose una asincronización de las temporalidades de distintos campos y subsistemas sociales. Junto a ello, la apertura geográfica y la construcción de un nuevo mundo reordena las culturas en la conocida lógica del progreso, en la que participan de forma desigual los colectivos afectados (desarrollados y subdesarrollados) (Beríain, 1997: 109).

Otro rasgo que define, según Beríain, la temporalidad moderna es la aceleración del ritmo de la experiencia temporal, “el umbral y la duración coinciden con un horizonte de movimiento que continuamente se excede a sí mismo”; de esta forma, la experiencia del tiempo de la modernidad se expresa como una creciente diferencia entre el espacio de la experiencia (el pasado) y el horizonte de expectativas (futuro) (Beríain, 1997:110). Aunque esta vivencia del tiempo no es igual para todos, en una sociedad como la postmoderna -en la que la descripción de la temporalidad habla habitualmente de obsolescencia, flujo, velocidad y vértigo-, las representaciones de la temporalidad de los otros remitirán a continuidad, repetición, rutina, lentitud, etc. Por otra parte, esta temporalidad que se les asigna sirve para que la solidaridad (como expresión de una capacidad de hacer) sea una oportunidad para el nosotros de ampliar su horizonte de expectativas y, por tanto, de proyectarse en el futuro, de obtener trascendencia. La solidaridad es una instancia para desplegar discursos utópicos en entornos controlados por una posición neoliberal resistente a la utopía, es decir, utopías funcionales que resulten eficientes y realistas. Si adquieren esta consideración es porque apelan a un futuro posible -no sólo abierto-, y también porque se plantean en el terreno de la moral antes que en el político. Ésta es una función que además gana relevancia en las sociedades del riesgo, en una coyuntura socio-histórica en la que la incertidumbre frente al futuro ha ido incrementándose.

En los apartados anteriores mostramos cómo las representaciones hegemónicas inciden en el proceso de desubjetivización de los otros; dicho proceso actúa junto con una concepción destemporalizante del tiempo (Geertz, 1997:323) que permitirá a la comunidad del nosotros controlar y regular las distancias y las relaciones de intimidad con estos sujetos.

La temporalidad de los otros en la solidaridad adquiere matices muy distintos, organizados en torno a dos tipos de tiempo ya apuntados: en primer lugar, se da un tiempo cerrado sobre sí mismo, atribuido a ellos como idiosincrásico, propio de su cultura tradicional y menos desarrollada; en segundo lugar, aparece el tiempo abierto hacia el futuro (utópico), posible gracias a la relación instaurada por los mediadores entre el cronotopo de los otros y el del nosotros.

Su tiempo privativo –cerrado- se desarrolla en escenas temporales diversas. La temporalidad más reiterada es la de la emergencia. El tiempo de la emergencia (Figura 200) es paradójico, ya que si por un lado es puntual, producto supuestamente del azar y lo contingente, a la vez es un tiempo cíclico, puesto que se repite una y otra vez en los territorios del infortunio<sup>446</sup>. “Más de 3,5 millones de personas en Mali y Níger están siendo víctimas del hambre producida por la sequía y la plaga de langostas” Acción contra el hambre (2005). También en el folleto de Intermón Oxfam sobre Mariata (Figura 186) y su cabra que comentamos antes se lee que esta mujer tenía que hacer frente a “todas las catástrofes que periódicamente azotan a la región”: una fuerte sequía, dos plagas de langostas y una de las peores inundaciones que ha vivido el país,



Figura 200 ACNUR (2000)

<sup>446</sup> La representación del sufrimiento puede establecer relaciones intertextuales, en algunas ocasiones, con referentes populares de origen bíblico. En el Deuteronomio (Capítulo 28) en “Maldiciones por la desobediencia” se lee: “<sup>22</sup>El SEÑOR te castigará con epidemias mortales, fiebres malignas e inflamaciones, con calor sofocante y sequía, y con plagas y pestes sobre tus cultivos. Te hostigará hasta que perezcas. (...) <sup>38</sup>Sembrarás en tus campos mucho, pero cosecharás poco, porque las langostas devorarán tus plantíos.(...) <sup>45</sup>Todas estas maldiciones caerán sobre ti. Te perseguirán y te alcanzarán hasta destruirte, porque desobedeciste al SEÑOR tu Dios y no cumpliste sus mandamientos y preceptos. (...) <sup>48</sup>Por eso sufrirás hambre y sed, desnudez y pobreza extrema, y serás esclavo de los enemigos que el SEÑOR enviará contra ti. Ellos te pondrán un yugo de hierro sobre el cuello, y te destruirán por completo”.

aunque hay que leer el folleto detenidamente para localizar en un pie de foto que se trata de Mauritania.

La subsunción entre desarrollo y ayuda humanitaria favorece la intensificación del paradigma de la emergencia como tiempo asociado a los pobres y desafortunados. No obstante, la emergencia no sólo funciona como un momento puntual y cíclico asociado a la experiencia del desastre atmosférico, por ejemplo, sino que el funcionamiento flexible del cronotopo la ha convertido en un *ethos*, en una modalización temporal que afecta a todas las facetas de la experiencia de la pobreza y la desigualdad. La emergencia es un *locus* gradual que va desde aquellas delimitadas temporal y geográficamente y sobre las que el destinatario puede encontrar información en otros discursos mediáticos (por ejemplo, en los discursos informativos) hasta las más genéricas que se equiparan con la cotidianidad de los otros, con una especie de presente atemporal. Este proceso de generalización y abstracción afecta al suceso de la emergencia, que puede estar claramente delimitado o puede hacer referencia a una situación de desastre en términos amplios.

Por ejemplo, en el anuncio de ACNUR (Figura 200, 2000) se parte de un marco inespecífico, ya que toda África es una emergencia como continente y el anuncio va desgranando casos concretos: en Angola se da una cifra de desplazados y como causa la guerra civil; en Eritrea igualmente se habla de cifras de refugiados y el lugar donde esto sucede, pero en Sierra Leona se pierde la concreción de la emergencia y se habla en términos generales de que “la violencia y la mutilación afectan de nuevo a los más desfavorecidos”. El adverbio “de nuevo” convierte la emergencia, supuestamente puntual, en un hecho cíclico. Volvemos a encontrar una formulación similar en este anuncio de Cruz Roja (2000), en el que una inundación se figurativiza como una epidemia: “Emergencia. Mozambique, Madagastar. Más agua, más enfermedades, más desesperación. Las inundaciones que siguen arrasando Mozambique y Madagascar se han extendido a otros países de África. La desgracia puede no tener fin. De nuevo miles de personas ven cómo el agua se lleva todo aquello por lo que han luchado”.

Este proceso de generalización afecta al conjunto de la formación discursiva ya que si entre el año 2000 y 2001 en nuestra muestra encontramos una alta concentración de campañas de emergencia, son campañas específicas y delimitadas como las publicadas con motivo de las lluvias torrenciales en Mozambique<sup>447</sup>. En esos dos años casi todas las grandes ONGD realizan

---

<sup>447</sup> “Qué podemos mostrarte que no hayas visto ya. Mozambique necesita tu ayuda” de Ayuda en acción; “En Mozambique las aguas arrastran algo más que agua, hambre y enfermedades. Arrastran minas anti persona” Unicef; “Las lluvias torrenciales han arrasado Mozambique. Ayúdanos a construir su mañana” Intermón; “Emergencia en Mozambique” Médicos del Mundo; “Desde Mozambique. Gracias

anuncios de emergencias; por ejemplo, muchas lanzan campañas sobre el terremoto en El Salvador (Cruz Roja, Unicef, Cáritas, Ayuda en Acción, Save the children, Mensajeros de la Paz, Intermón Oxfam, Entreculturas, Médicos del Mundo). Incluso lo hacen otras instituciones como el banco BBVA o la Fundación Telefónica. En la emergencia de El Salvador, al igual que para Mozambique, la estrategia se desarrolla en dos tiempos, favoreciendo la distinción entre dos momentos y acciones diferentes de la cooperación: el primero es la captación de fondos para la ayuda humanitaria y el segundo se relaciona con los proyectos de cooperación en el medio y largo plazo:

- ⊙ “SOS El Salvador. Segunda fase: Reconstrucción” Intermón Oxfam,
- ⊙ “Hoy El Salvador necesita urgentemente tu ayuda. Mañana seguiremos colaborando con ellos” Ayuda en Acción (2001).

Este segundo tiempo también es el de mostrarse agradecido con el destinatario:

- ⊙ “Gracias a tu ayuda, miles de salvadoreños puede dormir hoy más tranquilos pensando en el mañana” Cruz Roja (2001).

Esta estrategia va desapareciendo y su utilización queda para casos puntuales, como por ejemplo el tsunami en el Sudeste asiático. Algunas organizaciones son más proclives que otras a su empleo y casi siempre se trata de vincular la emergencia con el trabajo a largo plazo:



**Figura 201 Acción contra el hambre (2004)**

- ⊙ “Continúa la emergencia en Asia. Miles de niños siguen dependiendo de tu ayuda. No les abandones ahora. Haz tu donativo rápidamente” Save the Children (2005).

El sufrimiento de los otros, ya sea en una emergencia o en su día a día, casi siempre es extremo, y eso les sitúa permanentemente al borde de la muerte. Esta representación precisa del tiempo de la urgencia. La llamada a la solidaridad siempre es urgente (“Llamada urgente de Médicos Sin Fronteras”, 2004) y a menudo llega tarde o está a punto de hacerlo (“Seguimos esperando tu ayuda” Anesvad 2003).

Los otros viven en un presente a punto de concluir, siempre en la máxima precariedad<sup>448</sup>. La muerte es una posibilidad muy probable,

---

Andalucía” Médicos mundi; “Ayuda urgente a Mozambique antes de que el agua se lo lleve todo” Cruz Roja.

<sup>448</sup> “En Venezuela 30.000 personas ya no necesitan tu ayuda. Pero los supervivientes te la están pidiendo a gritos” Codespa (1999); “Sierra Leona se desangra. Miles de víctimas inocentes necesitan tu ayuda



como expresa el anuncio de Acción contra el hambre (Figura 201, 2004): “13 millones de personas podrían morir de hambre en África Austral. Y lo que lees hoy aquí lo leerás en la primera página”. Así, la urgencia como un tiempo de corto recorrido y de carácter espasmódico, -porque es impensable sostener por mucho tiempo lo verdaderamente urgente-, confluye con los conocidos ciclos de las emergencias.



**Figura 202 Unicef (2009)**

Unicef es una de las organizaciones que con mayor profusión ha utilizado la temporalidad de la urgencia y la supervivencia y a través de sus campañas se puede reconstruir un relato general que vincula los dos tipos de tiempo a los que hemos hecho mención. En el año 2000 el lema de su campaña fue: “Qué vea un nuevo día depende de ti” (Capítulo V Figura 67), la urgencia se construye en un lapso temporal de apenas 24 horas y es un tiempo que no tiene que buscar justificación en una emergencia concreta ni en ninguna crisis humanitaria, ya que , como hemos dicho, la urgencia ha dejado de ser lo excepcional para transformarse en la rutina, en la normalidad en que viven todos los sujetos que conforman el espacio de los otros. La idea de rescatar a un niño de la muerte está reforzada no sólo por la perspectiva del plano picado, sino por la representación de un contexto difuso en el que intuimos algo parecido a un campo de cadáveres; en todo caso el máximo patetismo de la escena refiere a un contexto ligado a lo horrible y lo mortal. Casi una década después (Figura 202, 2009) encontramos dos campañas con una estrategia similar que trabaja el mismo patrón temporal; en estos casos se recurre a imágenes menos descarnadas y agresivas, que han pasado por el tamiz de la imagen corporativa y los filtros de lo políticamente correcto, si bien están al servicio del mismo objetivo: conceder al destinatario la capacidad de salvar de la muerte a los niños desafortunados e infelices.

---

urgente” Acción contra el hambre (2000); “Liberia: Sólo esperan sobrevivir. ¿Tú, que esperas?” ACNUR (2004); “Ayudemos a los supervivientes del sudeste asiático a reconstruir su futuro” Cruz roja (2005); “¿Dejarías morir de hambre a un niño que conoces? Samuel, 4 años, Mali. ¿ahora que ya le conoces?, no le vas a ayudar” World Vision (2006).



En la primera imagen del folleto (Figura 202) vemos a un niño fotografiado conforme a los



Figura 203 Unicef (2009)

criterios de la representación hegemónica de la infancia en la formación discursiva, al que acompaña el texto: “Para que este niño llegue a los 5 años se necesitan...”. El texto se completa: “sólo 40 céntimos al día” y lo que se ve es la imagen hipotética –ideal- de un niño que ha sido salvado, con 5 años más y en el que se observan las huellas de la acción de ayuda, sonríe, mira de frente y está en una escuela. La representación visual sugiere que el niño de la primera imagen ha sido levantado, rescatado desde lo alto y ubicado en un entorno ordenado y normalizado. Pero este segundo niño aún no existe, forma parte de la utopía que las ONGD ofrecen a sus destinatarios, lo representado como presente

es la vida precaria, la inseguridad de alcanzar los cinco años.

En la siguiente campaña, también reciente (Figura 203, 2009), vemos otra manera de reforzar esta idea, en ella el niño con 5 años en vez de ser hipotético es real, sin embargo representa la excepción, es el que ha sobrevivido gracias al destinatario, pero hay otros miles que no lo harán. “Superviviente. Hoy celebra su 5 cumpleaños. Pero cada año mueren en el mundo casi 10.000.000 de niños antes de cumplir los cinco años”. La niña desenfocada en segundo plano nos retrotrae al niño que aparecía en el año 2000, ella también depende del destinatario para convertirse en una superviviente, condición que le acompañará el resto de su vida.

Ambas temporalidades –emergencia y urgencia- nos hablan de tiempos que nada tienen que ver con el tiempo del nosotros, ni con el tiempo de lo cotidiano. Su referencia está en la excepcionalidad, pero se trata, como señala Agamben para el conjunto de nuestro mundo, de una excepción que se ha convertido en norma. Cualifica además un tiempo en el que se hace imposible el mantenimiento de la vida y menos aún el de las actividades cotidianas, salvo el estrecho margen asociado a la subsistencia. Un lapso temporal en el que la estructura social, las relaciones y las dinámicas de los espacios comunes, tal y como las conocemos, son negadas y en su lugar hay desorganización y caos.

A estas temporalidades se unen otras representaciones de carácter ‘destemporalizado’ que niegan el paso del tiempo de dos formas diferentes. En un estudio clásico sobre la relación entre la estructura de la persona, las relaciones sociales y el tiempo –basado en la cultura tradicional balinesa- Geertz explica que “para mantener el anonimato (relativo) de los individuos con quienes está uno en contacto diario, para atenuar la intimidad implícita de las relaciones directas (...) es necesario formalizar las relaciones con ellos en un grado bastante alto, afrontarlos a una distancia sociológicamente mediana en la cual los contemporáneos estén lo bastante cerca para ser identificados pero no tan cerca que se los capte: casi extraños, casi amigos” (Geertz, 1997:329).

La representación cronotópica que analizamos procede de forma similar: nos acerca a los otros, dibuja puntos de referencia y categorías paradigmáticas que favorecen el reconocimiento, pero siempre manteniendo una distancia que les niega la singularidad y resta intensidad no sólo a la posible reacción emocional, sino a la responsabilidad que de ésta se pueda derivar. Un alto grado de estetización y convencionalización en las interacciones sociales son un intento, en opinión de Geertz, “de hacer desaparecer de la vista los aspectos más propios de la condición humana: la individualidad, la espontaneidad, el carácter perecedero, la emoción, la vulnerabilidad” (Geertz, 1997:329). Para que esto suceda junto con la búsqueda del anonimato, de la subjetivación de las personas debe darse la inmovilización del tiempo y la plasmación de un tiempo de carácter taxonómico<sup>449</sup>.

Por una parte encontramos la representación del instante atemporal y por otra el tiempo detenido de la espera. Empecemos por esta última, los otros al ser necesitados y dependientes se ven en la obligación de esperar a que algo o alguien cambie su destino, principalmente, esperan a que llegue la

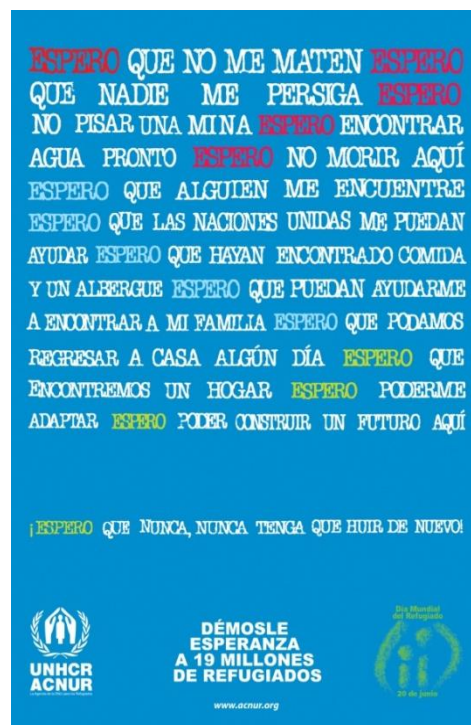


Figura 204 Acnur (2006)

<sup>449</sup> “La interacción ceremonializada presta apoyo a las percepciones estandarizadas de los demás; las percepciones estandarizadas de los demás prestan apoyo a la concepción de la sociedad en un “estado constante”; una concepción de estado constante de la sociedad presta apoyo a una percepción taxonómica del tiempo (Geertz, 1997:335).

ayuda de los destinatarios a través de las ONGD. ¿De qué maneras se muestra a los otros esperando?



**Figura 205 Cruz Roja (2002)**

Explícitamente a través de los enunciados, como la retahíla que compone la narración sobre el presente y el futuro de un refugiado en la campaña de Acnur de 2006 (Figura 204), o la pregunta que se hace Intermón Oxfam (2004): “Cuando acabes de leer esta noticia, Sudán tendrá nuevas víctimas. ¿Cuánto tiempo crees que pueden seguir esperando?”; o el reproche que hacía Anesvad (2003) en su nombre: “Seguimos esperando tu ayuda”. También mediante la representación visual en las imágenes en las que aparecen inactivos, quietos, mirando hacia la cámara o con la mirada perdida o, por ejemplo, cuando son el fondo de una imagen en la que los cooperantes son la figura, mientras que el

enunciador recuerda de distintos modos que “Te necesitan para vivir” Cruz Roja (Figura 205, 2002). Esta representación de los otros se ve reforzada por los imaginarios periodísticos asociados a la ayuda humanitaria, dado que suelen publicarse imágenes de grupos amplios de personas sobre un pie de foto que señala que están esperando (Figura 207), o bien se enmarcan en los momentos “dramáticos” que se producen durante el reparto de la ayuda (Figura 206).



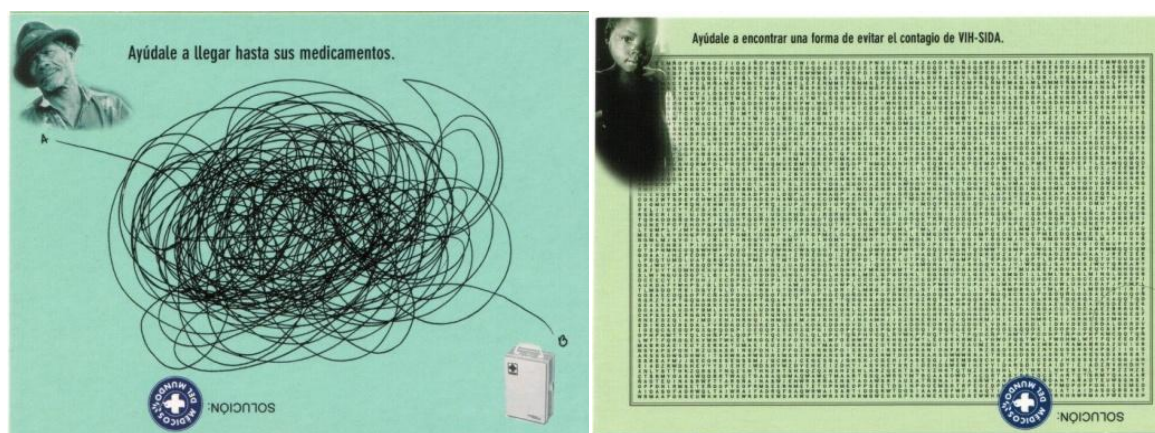
**Figura 206 Fotografía Agencia EFE PISCO (Perú)  
Agosto de 2007**



**Figura 207 El País, 27 de Abril de 2009<sup>450</sup>**

<sup>450</sup> “El Gobierno de Sri Lanka anuncia el fin de los combates. Decenas de civiles esperan la llegada de ayuda humanitaria en “un campo de desplazados al norte del país”.

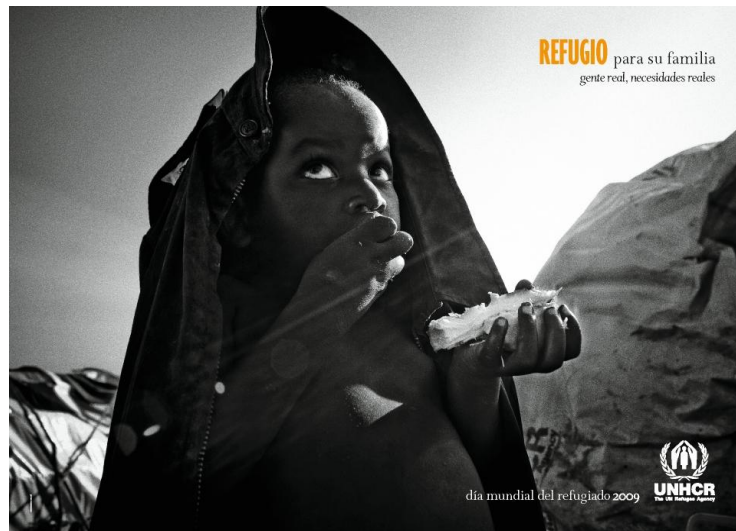
Los otros esperan a que nosotros les resolvamos las situaciones complicadas, les mostremos el camino para llegar hasta lo que necesitan, algo que según la campaña de Médicos del Mundo es para nosotros casi como un pasatiempo (Figura 208) y cuya solución se halla en el mediador, las ONGD.



**Figura 208 Médicos del Mundo(2003)**

La segunda escena de esta categoría es la del instante atemporal (Figura 209), la epifanía, esto es, el momento en que la esencia del ser del otro, su máxima capacidad de ejemplificación y conexión con su naturaleza verdadera emerge en la superficie de la representación. Estas representaciones son pseudo-auráticas según la definición benjaminiana en “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”. El aura es “la manifestación irrepetible de una lejanía (por cercana que pueda estar)”, pero en la época contemporánea hay un intenso deseo de “*acercar* espacial y humanamente las cosas” y superar con ello su singularidad, desechando su dimensión aurática (1984:24). Las imágenes convencionalizadas y estetizadas de la formación discursiva de la solidaridad “trituran su aura” al negarles la condición que la realiza: “estar ligadas a su aquí y ahora”. Sostiene Benjamin que “en la mirada se halla implícita la espera de ser recompensada por aquello hacia lo que se dirige. Si esta espera (que en el pensamiento puede asociarse igualmente bien a una mirada intencional de atención y a una mirada en el sentido literal de la palabra) se ve satisfecha, la mirada obtiene, en su plenitud, la experiencia del aura. (...) Quien es mirado o se cree mirado levanta los ojos. Advertir el aura de una cosa significa dotarla de la capacidad de mirar” (Benjamin, 1999:79). Cabe pensar entonces que la ruptura del aura trae consigo la alienación de la mirada.





**Figura 209 ACNUR (2009)**

Una representación aurática del otro le conferiría la condición de inapropiable, de inasible, mientras que la búsqueda incansable de su imagen cercana, la producción de éste como evidencia mitificada lo transforma en apropiable. Muchas de las imágenes reproducidas a lo largo de estas páginas servirían para ilustrar las representaciones destemporalizadas y pseudoauráticas; entre ellas escogemos la imagen de la campaña de ACNUR para conmemorar el día del refugiado en 2009 (Figura 209), en la que destaca sobre todo una utilización de la luz que sugiere un momento de revelación, una verdadera epifanía del ser del otro. La representación en la que el aura se niega, o más bien se reconstruye como simulacro, como la de esta campaña, no significa una cercanía del vínculo, una creciente intimidad con los sujetos representados; todo lo contrario. La atrofia del aura, la fetichización de las imágenes, suponen la negación de lo representado como acontecimiento y favorecen la toma de distancia, la falta de compromiso del destinatario con respecto a lo que mira, así como promueven la desconexión. Esta estrategia discursiva es una forma de controlar la relación entre intimidad y distancia que favorece el establecimiento de un espacio de mediación, adecuado para el ejercicio de la interpasividad, como veremos más adelante.

Por último, los otros participan de otro tipo de tiempo, el tiempo abierto, progresivo, lineal e irreversible asociado, principalmente, al nosotros. La enunciación de este tiempo se produce en un presente respecto al que no existe pasado, un ahora caracterizado por la urgencia en la que se prevé la acción del destinatario que conlleva la posibilidad de un futuro siempre esperanzador. ¿De qué forma se incluyen en dicho tiempo? Por una parte, se insertan en la lógica lineal del desarrollo como sujetos potencial e hipotéticamente desarrollados. Y por otra

parte, participan de una temporalidad que no les pertenece, o al menos, no en exclusiva sino que les es concedida gracias a la acción del nosotros, al espacio-tiempo que se atribuye a la intervención cooperante del mediador y de sus representados.

En ambas dimensiones, se trata de un tiempo organizado, ya no caótico, orientado hacia el futuro y aspectualizado por la esperanza, una pasión que según Greimas y Fontanille, consiste en esperar algo confiadamente<sup>451</sup> (1994:68), en este caso, se confía en la eficacia del mediador.

- ⊙ El futuro esperanzado se representa bien como un tiempo que les devuelve lo negado: “Devuélveles la esperanza” ACNUR (2003),
- ⊙ “Ayúdanos a tener esperanza” Manos Unidas (1982); bien como un tiempo que se construye para ellos:
- ⊙ “Pon tu granito. Siembra Esperanza” Intermón Oxfam (2005),
- ⊙ “Colabora y siembra esperanza” Manos Unidas (1987),
- ⊙ “No te olvides. Su futuro, depende de ti” Infancia sin fronteras (2005)<sup>452</sup>.

No compartimos con ellos el espacio ni el tiempo, no son nuestros contemporáneos, les negamos un pasado independiente, más allá del ciclo de la desgracia y las catástrofes; incluso en ciertos desplazamientos discursivos les negamos su genealogía y hacemos que sus sucesores dependan de nosotros. Un ejemplo reciente de esta negación del pasado de los otros lo encontramos en el spot televisivo de Obra Social Caja Madrid, en su campaña Guatemala. En el spot se cuenta que todos los niños que nacen en una aldea de población indígena de ese país, adoptan como segundo nombre Madrid, en agradecimiento a la labor que la caja de ahorros realiza en dicho lugar, se entiende que financiando sanatorios. Ese segundo nombre podría ser considerado como el propio apellido en nuestro sistema de nominación. La identidad de los otros y las otras se confisca, se les quita las huellas de su pertenencia, su pasado. Su genealogía se suplanta por la dependencia frente a la acción del nosotros. Primero la dependencia de la financiación promovida por Caja Madrid y segundo la dependencia respecto de cada uno de los clientes del banco que en último término pueden ser considerados ejemplos de los ciudadanos solidarios. Desde nuestro punto de vista, el anuncio

---

<sup>451</sup> Spinoza define la esperanza como “una alegría inconstante surgida de la imagen de una cosa futura o pretérita, de cuya efectividad dudamos de algún modo” (Spinoza, Proposición LIX, Definiciones de los afectos).

<sup>452</sup> Campañas similares: “Dale un futuro a este niño. Por sólo 0,60 euros al día apadrina un niño del tercer mundo” Intervida (2003); “Con ACNUR ayudas a construir el futuro de un refugiado ACNUR” (2007); “Miles de niños necesitan tu ayuda. Con sólo 0,70 euros al día un niño y toda su comunidad tendrán oportunidad de mejorar su futuro gracias a ti” Ayuda en Acción (2005); “Aquellos niños marginados son ahora jóvenes con futuro. Porque la educación es garantía de futuro” Jóvenes del Tercer Mundo (2002).

es expresión de la máxima dependencia del futuro de los otros con respecto al nosotros, recuperando para ello máximas propias del discurso colonial<sup>453</sup>.

La articulación de estas temporalidades afecta al modo en que los otros participan de la figuración de la humanidad solidarizada, interpretada como proceso teleológico, de raíces religiosas y tecnológicas, a veces dotado de un cierto cariz mesiánico que se concede a las ONGD como mediadores expertos. Este rasgo privilegia el tiempo de la humanidad como una temporalidad asociada al cronotopo de los afortunados del que nos ocupamos a continuación.

## 6.2.2 La fortuna: espacios y tiempos de los que ayudan

Las representaciones cronotópicas del nosotros están vinculadas a las de los otros, ya que el cronotopo del infortunio opera como un espejo inverso que devuelve una imagen idealizada y homogénea de las coordenadas espacio-temporales en las que habitan los sujetos solidarios. El nosotros está cualificado como una comunidad competente<sup>454</sup>. El querer-ser o hacer -primera modalidad de la competencia del sujeto, según Greimas-, deriva de su esencia humana compasiva que se halla en el interior –en el corazón y personalidad- de cada uno de sus miembros; el deber procede de la norma social aceptada, de la solidaridad como cultura compartida; el saber se localiza en el mediador experto que conforman las ONGD y el poder se adscribe a la posición presupuesta para el sujeto ciudadano. Los sujetos afortunados: quieren y deben ser solidarios y además pueden serlo y saben cómo.

<sup>453</sup> “El nombre es algo esencial para la identidad de una persona. Representa un instrumento básico para su definición como individuo social. Casi todos los historiadores de la esclavitud coinciden en que los esclavizadores trataban de imponerles a los esclavizados nuevas identidades –por supuesto, identidades esclavas. (...)Al caer simbólicamente las vallas de las plantaciones, a través de medios legales y valores sociales se utilizaron los nombres para marcar a los ex-esclavos, definirlos racialmente y atraparlos en un estatus bajo y subordinado, más allá de lo político o económico” (Zeuske, 2002). La obra de Michael Zeuske, “Estructuras e identidad en la segunda esclavitud: el caso cubano 1800-1940”, se puede consultar en la revista *Historia Crítica*, nº 24, 2002. ([http://historiacritica.uniandes.edu.co/html/24/art\\_zeuske.html](http://historiacritica.uniandes.edu.co/html/24/art_zeuske.html))

<sup>454</sup> Dentro del modelo semio-narrativo greimasiano, la capacidad de los sujetos agentes para operar un programa de hacer se construye a partir de cuatro modalizaciones que determinan la calidad y el itinerario posible de la acción. En una primera etapa, el querer-hacer y el deber-hacer constituyen sobredeterminaciones que instituyen a los sujetos como agentes desde una perspectiva bien afectiva (sujetos deseosos) o prescriptiva (sujetos obligados). La transformación de este sujeto en relación virtual con un hacer es actualizada por medio de la adquisición de dos competencias complementarias, que le permiten emprender la realización, y que son el saber y el poder hacer. Estas modalizaciones comportan argumentación de sentido en la medida en que la calificación de los sujetos agentes es explicativa de aquello que los lleva a movilizarse tras un objeto de valor, retratándolos como sujetos a la vez, y también explica la manera en que lo hacen. Esta construcción da cuenta de un universo de discurso que se sitúa a nivel de la enunciación y desde ahí privilegia ciertos recorridos (Greimas y Courtes: 1991).



En la publicidad de las ONGD no hay muchas representaciones visuales que den cuerpo al nosotros y las que existen están poco diversificadas. Tampoco hay menciones que concreten el universo del aquí y el tiempo del nosotros, más allá de las que se construyen por contraste con las representaciones de los otros, que acabamos de repasar, y los presupuestos sobre las que esta comparativa se sostiene y legitima como un horizonte normativo.

El eje articulador del cronotopo de la fortuna es el sujeto solidario, el tú es el punto de intersección de las coordenadas espacio-temporales, coherente con la estructura de sentimientos narcisista que regula la formación discursiva. También es un tú característico del género publicitario y de la cultura neoliberal de mercado. A partir de esta figuración del sujeto individualizado, que actúa como modelo de identificación principal, se construyen el resto de referentes colectivos: ‘todos’, ‘nosotros’, ‘occidente solidario’, ‘Norte’, ‘Países Ricos’, etc.

### **a) Sujetos**

¿Qué cuerpos y rostros ejemplifican el tú y por ende, el nosotros? Por oposición a los otros, pero compartiendo con ellos una marcada estetización, el nosotros (y el tú como su máximo representante en la publicidad) es la comunidad de los afortunados, los sujetos blancos –no marcados-, ricos, formados, sanos, en resumen, desarrollados. El color de la piel y la vestimenta son reconocibles por contraposición, lo vemos en la comparación entre dos anuncios similares de Philips, uno persigue la venta de sus productos, el otro es una campaña de marketing con causa realizada para colaborar con Ayuda en Acción (Figura 210 y Figura 211). El rostro de dos niñas funciona como metonimia de la dicotomía norte-sur, afortunados y desafortunados, encarnada en un cuerpo femenino, siguiendo la estrategia de generización mencionada más arriba.

El nosotros del discurso solidario hegemónico alude de formas diversas a la comunidad occidental privilegiada y establece con los otros lejanos una comparación en términos parecidos a la que se da entre inmigrantes y autóctonos (Grupo PICNIC, 2007). Sin embargo, la comparación no funciona igual en ambas direcciones. La representación de los otros puede valorarse en relación a la dinámica de identidad y diferencia respecto a la idealización normativa del nosotros. Pero hay que señalar cierta ambigüedad que afecta a la representación del nosotros en torno al eje experto-profano. Por esta razón, en el cronotopo del nosotros podemos incluir a las ONGD, sin embargo por claridad expositiva hemos diferenciado el cronotopo de mediación de este otro atribuido a los destinatarios.



Figura 210 Philips (2001)

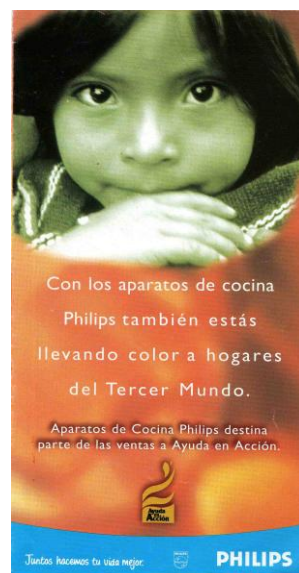


Figura 211 Philips y Ayuda en Acción (2001)

La delimitación es compleja; en un espacio intermedio entre la figurativización del sistema experto y de los sujetos solidarios aparecen figuras que actúan en un doble rol, como encarnaciones del sistema y sus expertos y como modelos aspiracionales propuestos a los destinatarios. En orden de gradación (de mayor a menor inclusión o participación en el sistema experto) están los cooperantes, los voluntarios, los socios y la figura transversal de los famosos solidarios.

### i) El héroe: cooperantes, voluntarios y famosos

Dentro de la primera categoría, se encuentran los cooperantes como imagen más acabada del sistema experto; su representación en la publicidad de las ONGD suele ser la de un profesional prestando servicio, para ello se suelen escoger profesionales sanitarios (Figura 212 y Figura 213), puesto que la escenificación de su labor resulta reconocible para el destinatario, mientras que sería casi imposible delimitar la tarea de un consultor sólo a través de la



Figura 212MSF (2003)



Figura 213 Anesvad (2003)

representación visual convencional, en la que también habría dificultades para evidenciar la relación de ayuda. Los cooperantes son representados como la voz y la imagen de las

ONGD, los encargados de ilustrar su actividad y sus valores –desde la eficacia y el saber hacer hasta la buena voluntad y la bondad- (“A veces llevamos mascarilla. Nunca mordaza”, MSF 2003). También son, en ocasiones, los encargados de reclamar al destinatario, de exigirle colaboración o de persuadirle (“Seguimos esperando tu ayuda”, Anesvad 2003, Figura 213). Son personajes cuya voz se presenta como legitimada y sincera puesto que su trabajo en el sistema experto solidario habla por su compromiso y su entrega, entre otros valores morales. Estas figuras del nosotros están fuertemente generizadas porque operan dentro del marco de los cuidados, no exclusivamente sanitarios, que se asocia hegemónicamente a las mujeres.

Otro aspecto que acompaña la representación de los cooperantes es su caracterización como héroes modernos: sacrificados, arriesgados y dotados de profundos valores morales altruistas en una sociedad materialista. Aunque esta representación es minoritaria en la publicidad de las ONGD, ha sido habitual en otros géneros mediáticos, ya sean informativos o de ficción<sup>455</sup>. Por ejemplo, el tratamiento en prensa que se ha dado a Vicente Ferrer tras su muerte es un ejemplo de los modos en que se ensalza y se dota de características heroicas a las personas que convierten las acciones de cooperación y ayuda en su estilo de vida<sup>456</sup>. Estos imaginarios aparecen siempre como presupuestos interdiscursivos de la formación que se activa en los textos publicitarios aunque en éstos se pretenda una representación contenida y menos laudatoria al respecto de los agentes cooperantes.

La segunda categoría la forman los voluntarios, sus escasas representaciones muestran la diversidad de personas que pueden colaborar con las ONGD, destacando sobre todo la cuestión de la edad, el género y, desde hace algunos años, también la dimensión racial o étnica. Comparten con los cooperantes la condición de héroes, aventureros y, sobre todo, la idea de que se trata de “personas excepcionales con una calidad humana de primer orden” (El

---

<sup>455</sup> Un ejemplo de este tratamiento se encuentra en la serie de ficción emitida por TVE “Plan América”. La descripción de la serie en la página oficial: “Plan América es una ONG española que presta, desde un cuartel militar abandonado, la única atención médica en una vasta zona controlada por guerrilleros, paramilitares y narcotraficantes. (...) Los médicos españoles tendrán que improvisar soluciones para salvar las vidas de sus pacientes, y utilizar su ingenio para salvar sus propias vidas, cada día. Ante la falta de recursos y sometidos a la ley de las balas, los cooperantes empezarán a reevaluar los motivos que los llevaron a alistarse como voluntarios. (...)Tendrán que seguir adelante cuando alguno de sus compañeros caiga, y lo más difícil, aprender a aceptar su propia impotencia ante la miseria, la injusticia y los irresolubles problemas de la zona”.

<sup>456</sup> Escribe Leandro Fernández Miró al respecto en el blog Cicomunica (<http://cicomunica.blogspot.com/2009/07/vicente-ferrer-y-la-leccion-de.html>) “Como en una cascada de dominó, periodistas, políticos/as, opinadores/as de antena fueron sumando sus palabras cargadas de adjetivos detrás de un único concepto: **la cooperación, la solidaridad, se han quedado huérfanas**. Y acto seguido, la canonización mediática, sin matices”. El autor ofrece múltiples ejemplos de cómo se ha producido esta glorificación en la prensa española.

País, 2002). En la publicidad de las ONGD, los voluntarios apenas tienen espacio porque en ella se prima una visión profesionalizada de la ayuda, de la mediación experta necesaria para intervenir en espacios alejados. El voluntariado que se realiza en las ONGD no tiene una fácil visualización dentro de las representaciones hegemónicas porque no se traslada al terreno, el nosotros en el terreno está compuesto sólo por cooperantes o turistas solidarios.

Por el contrario, la publicidad de las organizaciones de acción social<sup>457</sup> suele representar a los voluntarios y restringir las imágenes de los sujetos dependientes y necesitados. Entre la representación del sufrimiento a distancia y el sufrimiento cercano hay notables diferencias, ya que con unos y otros necesitados establecemos vínculos diferentes, debido a la distancia geográfica, social, cultural, política, moral y afectiva. Por eso, mientras que los otros lejanos pueden ser exhibidos, a los otros cercanos se les protege mucho más y para ellos se suele pedir respeto.<sup>458</sup> “Cuanto más remoto y exótico el lugar, tanto más estamos expuestos a ver frontal y plenamente a los muertos y moribundos” (Sontag, 2003:84). Una de las maneras de huir de un terreno políticamente complicado como es la representación del sufrimiento y la precariedad en nuestras sociedades, imbuidas de un espíritu jovial, innovador y triunfalista, es desplazar la representación hacia los aspectos positivos de la ayuda, la idealización del vínculo y el valor moral que trata de representarse en el voluntariado. Por otra parte, la acción social se figurativiza hegemónicamente como una ayuda cercana con un perfil de profesionalización más bajo con respecto al campo de la cooperación para el desarrollo<sup>459</sup>.

Una de las figuras comunes en la formación discursiva de la solidaridad es la de los famosos solidarios, las celebridades actúan como modelos que sirven de acicate para que los destinatarios se comprometan con valores, afectos, organizaciones, etc. Quizá, como advierte Silverstone (2007), el culto a la celebridad es un fenómeno más complejo de lo que normalmente se reconoce y se toma en cuenta en los estudios, una laguna que precisaría de una reflexión profunda que no será nuestro objeto de atención aquí.

<sup>457</sup> La Plataforma de Organizaciones de Acción Social establece los fines de estas entidades en la promoción del “pleno desarrollo de los derechos sociales y civiles de los colectivos más vulnerables y desprotegidos de nuestro país y fortalecimiento el Tercer Sector de Ámbito Social” ([www.plataformaongs.com](http://www.plataformaongs.com)).

<sup>458</sup> Cuando las víctimas son de los nuestros se apela a la sensibilidad de los afectados, lo políticamente correcto, el resguardo de la intimidad y derecho a la propia imagen, incluso la protección infantil, normas que quedan suspendidas cuando la mirada se refiere a los otros.

<sup>459</sup> Este modelo de espontaneidad está cambiando y “de la idea generalizada de voluntarios abnegados y altruistas que caracterizó la imagen social de las ONG hace dos décadas se ha ido pasando recientemente a otras formas de entender el compromiso solidario” (Benet, Nos Aldás, 2003:7). Para un análisis de las representaciones del voluntariado se puede ver Funes, 1995 y Izquierda y Callejo, 1999.

Los personajes famosos también pueden moverse en el eje experto-profano en función del grado de implicación que éstos mantengan con la ONGD con la que colaboren. En un extremo se encuentran los famosos que han construido su imagen pública en torno a la dimensión solidaria, cuyo ejemplo más global es la actriz Angelina Jolie, así como otros embajadores de las distintas instituciones de Naciones Unidas (Figura 214); en el otro extremo están las celebridades que acuden esporádicamente a algún evento solidario, por ejemplo, actos benéficos y viajes en los que se hacen fotografías con niños. Este es el prototipo del padrino, suelen aparecer en revistas del corazón y programas de crónica social (Figura 215).



**Figura 214 Embajadores de ACNUR y Unicef**

Desde otro punto de vista, identificamos la figura del famoso solidario bajo tres aspectos: en primer lugar, como modelos aspiracionales, su función social y mediática habitual; en segundo lugar, como objetos de consumo, una lógica propia de la espectacularización y, por último, como representantes de una ciudadanía global, rol que ha adquirido características novedosas en el espacio mediatizado.

En las campañas de las ONG muchas de las celebridades se convierten en productos, entre otros motivos, al reforzar la idea de que son personas accesibles (Fain, 2008); se anima a las audiencias a consumirlos y apropiarse de sus estilos de vida. En este sentido, los personajes famosos participan del deseo ideal de consumo adscrito a las clases pudientes que experimenta una diversificación y renovación permanente (Alonso, 1986). Sugieren que, para los demás colectivos, el ser un verdadero y auténtico solidario es inalcanzable. Los famosos constituyen la producción de un deseo que, como escribe Alonso, pertenece a la industrialización de la carencia y no a la industrialización de la escasez; es decir, la norma social solidaria se produce y reproduce como ideal imposible.

Hay múltiples ejemplos de la participación de famosos en la publicidad de las ONGD, sobre todo, televisiva y radiofónica, aunque no tanto en los anuncios gráficos. Esta es una estrategia que las ONGD emplean para obtener mayor visibilidad mediática. La posición paradójica de los



famosos consiste en ser ejemplos para los destinatarios y también representarlos. Ellos y ellas representan las emociones y actitudes correctas en los momentos adecuados, funcionan como idealizaciones acerca del compromiso y de la buena voluntad. Animán a los destinatarios a actuar como ellos, pero al mismo tiempo también sirven para conformar el imaginario idealizado del nosotros que opera como una especie de simulacro moral y afectivo, según explicaremos más adelante. Estos personajes en parte sienten y se comprometen en nombre del conjunto de destinatarios, ellos hacen lo que todos queremos y debemos hacer y en la medida en que los consumimos como productos también nos apropiamos de esa acción solidaria y la sanción positiva que la acompaña.



Figura 215 Plan Internacional (2009)

Los famosos solidarios inciden en la representación de los destinatarios como individuos consumidores y de la solidaridad como un producto de consumo. En esta representación no se ponen límites al deseo y se niegan las diferencias entre unos sujetos y otros, se desdibuja la estructura social y se refuerza el principio supuesto de la igualdad esencial de todos los individuos. Las acciones de solidaridad son “aparentemente relaciones entre iguales: con independencia de sus circunstancias, los individuos deciden colaborar con una ONG, aportar dinero, tiempo, etc. y su acción se juzga desde principios morales abstractos”. Además “la acción pragmática que aparece justifica desde la utilidad del ‘algo hay que hacer’ igual las actuaciones de todos los sujetos sin distinción de ideología” (Diez Rodríguez, 2002:141), ni posición social. Para Silverstone, los modos hegemónicos de movilizar a los personajes

famosos destrozan la diferencia al exagerarla (por convertir lo ordinario en excepcional) o al naturalizarla (convertir lo excepcional en ordinario) y niegan con una dialéctica seductora la legitimidad de lo diferente (Silverstone, 2007:48). Pero, “si tomáramos como referente un tipo de individuo cuya esencia se construye en relación a los otros y en función de sus circunstancias, no sería posible hablar de individuos solidarios sin aludir a las circunstancias que hacen posible que unos sean solidarios y otros no, es decir, nos veríamos obligados a preguntarnos por qué determinados individuos pueden realizar acciones solidarias y otros no” (Díez Rodríguez, 2002:132).



**Figura 216 Portada The Independent (16 Mayo 2006)**

Un último apunte acerca del uso de celebridades en la formación discursiva de la solidaridad nos acerca a estrategias que, en algún sentido, incorporan figuras que superan los márgenes del consumidor individualizado. Nos referimos al prototipo de famoso global comprometido que moviliza referentes políticos y un discurso de denuncia sobre las injusticias y las desigualdades. El caso paradigmático es Bono, el cantante de la banda U2, que se reúne con el presidente de los EEUU y otros líderes mundiales, se convierte en editor de un periódico de referencia, al tiempo que lanza una línea de productos solidaria (RED). Su imagen en la portada de *The Independent* (Figura 216) junto con

las palabras África y SIDA son suficientes para sugerir el contenido solidaridad. Estos personajes son ejemplos de ciudadanos del mundo, adalides de una nueva ciudadanía global y de los valores del cosmopolitismo. Creemos que las campañas que promueven su presencia, como *Make Poverty History*, no están al margen de la formación discursiva de la solidaridad. Sólo dos notas como ejemplo. Parece que la mayor implicación de las celebridades en el ámbito de la cooperación y la preocupación por la desigualdad es otra de las estrategias que permite desplazar la representación de la mostración del sufrimiento y las víctimas hacia la de los individuos comprometidos. Sin embargo esto no implica que las representaciones cronotópicas dejen de funcionar como presupuestos, es decir, estas figuras de la conciencia global se movilizan conforme a memorias compartidas que, de hecho, al quedar implícitas no son objeto de crítica, ni de debate, sino que perduran e incluso podrían salir reforzadas. Por



otra parte, la figura del famoso ciudadano global no implica por sí misma la construcción de un referente cosmopolita, capaz de dar cuenta de las interdependencias complejas. Esto es así porque la formación discursiva de la solidaridad todavía opera, principalmente, en un espacio nacional; son los ciudadanos de cada país los que se conciben como solidarios en relación a los otros lejanos. El modelo de “piensa globalmente, actúa localmente” se adapta a estas estrategias de representación de la ciudadanía reconduciendo el discurso hacia un “cosmopolitismo nacional” (Nash, 2008), que además es adecuado al funcionamiento de las esferas públicas mediatizadas que parece todavía resistirse al abandono de los espacios público políticos nacionales.

## ii) El buen narciso: socios y donantes

Los socios y donantes aparecen en la publicidad para dar testimonio de su colaboración y de los beneficios asociados con ella, son el dibujo del ciudadano solidario afectiva y moralmente involucrado con la cultura de la solidaridad. Responden a la figura del Narciso. Este sujeto responde al tipo narcisista explicado en el capítulo IV, para el cual lo importante es sentir y que guarda en su corazón y en su piel los principios del sentir compasivo que impulsan su acción y sobre el que volveremos al hablar de la tónica sentimentalista.



Figura 217 Fragmento Intermón Oxfam

El nosotros es casi siempre representado como una suma de “tú” individualizados, mientras que a los otros siempre o casi siempre se les presupone una pertenencia colectiva, aunque

anónima y difusa —es decir forman la amplia colectividad de los anónimos necesitados o pertenecen a una “etnia” oscura. El folleto de Intermón Oxfam (Figura 217) ejemplifica esta contraposición, en él se figurativiza lo que la ONGD llama la “Cadena de Solidaridad Comunitaria”. El primer eslabón de la cadena lo forma el Tú que acepta un compromiso utópico “Personas solidarias como tú se comprometen a ofrecer un futuro mejor” y el segundo eslabón es quien recibe la ayuda “una familia de repatriados”. Mientras que los sujetos del allí son familias, que enlazan con otras familias, los de aquí son individuos, que se conectan con aquéllos a través de la ONGD.



Figura 218 Cruz Roja (2006)<sup>460</sup>

Sobre este tú individualizado trabaja tanto la formación discursiva como los universos de marca de las ONGD. Las dos campañas de Intermón (Figura 217 y Figura 219, 2003) y Cruz Roja (Figura 218, 2006) son un ejemplo de esta tendencia. Ambas ONG trabajan sobre la construcción de una marca que se identifica con una forma de ser, una personalidad que incluye sentimientos, motivaciones, reglas morales y práctica en torno a las que se unen un conjunto de personas que habitan colectivamente, desde su individualidad, el espacio conformado por la marca.

<sup>460</sup> El varón mayor afirma: Sé que para que los proyectos salgan adelante se necesita una aportación continuada, un compromiso por eso soy socio de Cruz Roja”; la mujer joven dice: “Ser socio de Cruz Roja es la manera de demostrarme a mí misma que estoy por encima de la indiferencia” y por último el varón joven comenta: “Ser socio de Cruz Roja es un orgullo para mí porque sé que con mi colaboración estoy ayudando a que este mundo sea un poco mejor”.

Cada uno de los destinatarios es un miembro aislado que no aparece interactuando con otros. Por ejemplo, en el caso de Intermón (Figura 219) cada uno está aislado ante su espejo y, si acaso se unen, lo hacen en una comunidad imaginada que comparte una disposición afectiva y axiológica. Es el destinatario quien debe imaginar al colectivo, reconstruirlo a propuesta del enunciador a partir de los yos separados. Un conjunto de individuos –ciudadanos y consumidores- conforma un cuerpo social virtual a través de un proceso de identificación narcisista.



**Figura 219 Intermón Oxfam (2003)**

Ante el espejo aparece mucho más que la propia imagen. Lotman afirma que el espejo es un lugar de frontera entre el yo y el otro, no es sólo el punto desde el que me miro a mí mismo<sup>461</sup>. El sujeto en el espejo no se ve como un yo ve a un tú, sino que al mirarse a sí mismo a partir del espejo, del lugar del tú-otro al yo, se objetiva en el espejo y desde esa imagen se sitúa ante sí, y ante el potencial nosotros, como un doble. Este dispositivo permite que funcione la mirada disciplinaria –desde la norma social- que nos sugiere lo que se espera de nosotros. En el anuncio de Intermón Oxfam la posición oblicua que ocupa el sujeto de la imagen crea un espacio a sus espaldas que pueden ocupar los destinatarios, la imagen reflejada no les mira a no ser que se desplacen y ocupen el lugar del personaje; sólo desde ahí podrían confrontar también su imagen con la del espejo, bien porque estuviesen interesados bien porque se sintiesen obligados a hacerlo para encajar con el modelo de identificación. El

<sup>461</sup> "La duplicación con ayuda del espejo nunca es simple : cambia el eje 'derecho-izquierdo', o, lo que es todavía más frecuente, al plano del lienzo o de la pantalla se agrega un eje perpendicular al mismo, que crea profundidad o que añade un punto de vista que se halla fuera del plano. (...) Así pues, de la profundidad del espejo se lanza una mirada perpendicular al lienzo (al encuentro de la mirada de los espectadores) que traspasa los límites del espacio propio del cuadro. (...) Sin embargo, el espejo también puede desempeñar otro papel: al duplicar, desfigurar, y con esa desfiguración pone al descubierto que la representación, que parece 'natural', es una proyección que lleva dentro de sí un determinado lenguaje de modelización" (Lotman, 1996:105-104)

espejo abre el espacio de la participación no pasando por el encuentro con otros, sino afrontando una supuesta identidad autentica. La idea es mirarse el espejo para afrontar lo que uno es y siente ‘en realidad’, para verse reflejado no sólo corporal sino moralmente.



**Figura 220 Bancaja (2009)**

Esta estructura de sentimiento, comprendida en un modelo de subjetividad narcisista, es también la del consumidor, que actúa siempre individualmente, desde su voluntad, autonomía y deseo (Diez Rodríguez, 2002:128-129). Como ya apuntamos, “la acción solidaria emerge de un acto libre y autónomo que nada nos dice de las circunstancias que lo promueven” (Diez Rodríguez,

2002: 131), por eso puede representarse como ilimitado. El consumo solidario no está ligado a la capacidad económica, o al menos no lo está en exclusiva, no se trata de que los destinatarios sean ricos, sino de que tengan competencia moral; es el deseo, la personalidad, en definitiva, la esencia humana la que mueve su participación en la ayuda. Desde esta lógica se interpretan anuncios como el de Bancaja (Figura 220), para promocionar su línea de tarjetas de crédito solidarias.

El esfuerzo de ser solidario, ya sea en términos de tiempo o dinero, siempre se cualifica como algo sencillo, cómodo y que no requiere sacrificio. De ahí que la figura del antihéroe, del oponente, del sujeto insolidario por excelencia tenga una única versión: el indiferente, al que hicimos mención en el apartado anterior (Figura 157) y sobre el que volveremos un poco más adelante, al referirnos a las relaciones de confianza entre las ONGD y sus destinatarios.

### **iii) El antihéroe: indiferentes y conformistas**

Por último, haremos un breve repaso por la figura del anti-héroe que ha ido apareciendo en diversas ocasiones. El anti-héroe sirve para ejemplificar los obstáculos a los que debe hacer frente el instinto humano compasivo en un sentido amplio, y también para contraargumentar

las reticencias que existen frente al sistema ONGD, como vimos al ocuparnos de las estrategias de construcción de relaciones de confianza figurada en el capítulo IV.

Señalar los vicios y pecados tiene tanta importancia para la configuración del orden social y moral, como señalar las virtudes. Según Vigil Rubio (1999), siguiendo nuestra herencia ilustrada, los vicios morales responden a un triple origen: el egoísmo, la crueldad y la estupidez. En la formación discursiva de la solidaridad, tal y como se desarrolla en el espacio publicitario, los pecados que tienen cabida son los que provienen del egoísmo; por un lado, porque son pertinentes en el marco del narcisismo y por otro, porque es la única crítica de las tres mencionadas que puede situarse sin problemas en el terreno de lo políticamente correcto sin riesgo de insultar al destinatario.

La figura que mejor articula la posición del anti-héroe es la del indiferente, como muestra la campaña de Ayuda en Acción (2004, Figura 221), de la que ya vimos varios ejemplos: el de Manos Unidas (2004, Figura 157), la imagen del hombre que se muerde las uñas mientras mira o escucha las noticias sobre la desigualdad en el mundo, la de los sujetos que ponen “Excusas” en la campaña de Ayuda en Acción (Figura 21) y de MSF (Figura 23). Una variante de ésta es el indiferente recalcitrante que exaspera al enunciador de Anesvad y que toma cuerpo cuando éste se dirige a él con el reproche reiterado en diversas campañas: “Seguimos esperando tu ayuda” (Figura 179, Figura 180 y Figura 213).



Figura 221 Ayuda en Acción (2004)



En la figura del indiferente está presupuesto el egoísmo como punto de partida. Este pecado remite a un proceso de desdoblamiento –característico de la tensión establecida entre virtudes y vicios, como explica Vigil Rubio retomando el pensamiento de autores como Rousseau- ya que el amor a uno mismo, pasión ligada a la autoconservación que nos impulsa hacia el bien y a buscar la felicidad, puede ser también el núcleo vicioso de una actitud de autoindulgencia, vanidad y orgullo, sobre la que se puede llegar a sostener una actitud indiferente frente a lo que no se percibe como directamente ligado a uno mismo, en relación al interés y beneficio propio inmediato.

La indiferencia no sólo está ligada al vicio egoísta, sino que suele acompañarse de otros vicios como la apatía y el conformismo, pasiones pasivas por antonomasia que, como dijimos más arriba, son expresión de una sociedad anestesiada. La apatía tiene, según Vigil Rubio, una doble lectura, por un lado remite a un estado de ánimo –abulia, ausencia de afecto e irritabilidad que demuestra el control del sujeto sobre sus emociones, una autocontención, como hemos apuntado en otros apartados, está dotada de valor positivo; y por otro, apunta a una idea moral, en este último caso, la apatía más que ser considerada una muestra de entereza y fortaleza, es expresión de una actitud negativa, defensiva, que indica una falta de interés y desapego por los asuntos comunes. Por ejemplo, la apatía políticamente se traduce en apoliticismo, como falta de participación; mientras que en el discurso de las ONGD, este pecado, más que aludir a la dimensión política, remite a una falta de compromiso moral.

El conformismo agudiza esta falta de compromiso y convierte en cómplices a los sujetos de la desigualdad y la injusticia. Ésta es una de las críticas veladas en el discurso solidario –desde nuestro punto de vista, en muchas ocasiones desactivada-, ya que, como veremos en el capítulo VII, depende del tipo de atribución de responsabilidad en que se enmarque esta actitud pecaminosa que suele, finalmente, eludir la responsabilidad de los destinatarios. Lo interesante de la indiferencia como vicio moral, y la razón por la que se moviliza en estos discursos, es que la indiferencia del conformista disuelve u oscurece la distinción entre el bien y el mal; por ello, la figura del indiferente es peor que la del apolítico, porque en el segundo puede rechazar el compromiso con un proyecto por decepción o desinterés, entre otros motivos, pero en el caso del conformista indiferente la caracterización remite a un cinismo amoral o a una inmoral complicidad (Vigil Rubio, 1999: 114).

Hemos planteado que ciertos pecados no tienen espacio en el discurso explícito de las ONGD como, por ejemplo, la avaricia o la crueldad, pero eso no significa que no puedan darse, sino que funcionan como presupuestos.

La avaricia es un deseo de ser siempre más, apeteciendo nuevas riquezas y conservando las que tenemos, “codiciamos ser más poderosos, extendernos pero conservando lo que somos” (Vigil Rubio, 1999:76). Habitualmente, en los discursos solidarios la avaricia no se atribuye al destinatario sino al conjunto de la sociedad como una sociedad centrada en los valores materialistas y el consumo. Si se propone que el sujeto individual participa de estos valores, se hace a través de figuras atenuadas como la del caprichoso.

Otro pecado del que no se habla de manera directa es la crueldad. Según la tradición ilustrada la compasión puede definirse también como el intento de reducir la crueldad y de evitarla, ya que ésta se define como una humillación deliberada y persistente que persigue la sumisión del otro. Planteamos que la crueldad entra al campo de la formación discursiva solidaria de la mano del conformismo, en cierta medida, ya que como escribe Montaigne “la cobardía es la madre de la crueldad”. La cobardía consistiría en no evitar el daño pudiendo hacerlo, mientras que la crueldad consiste en infligir el daño efectivamente. “El espectáculo de hacer sufrir sádica o deportivamente a un ser indefenso repugna a la conciencia moral y no sólo por la agresión en sí a un ser capaz de sufrimiento, sino porque socava las ideas de igualdad (...), justa correspondencia y proporcionalidad. Dañar a un ser moralmente equivalente es lesionar la idea abstracta de la dignidad moral común como identidad de la especie, es dañar en el otro al ser humano que soy (Vigil Rubio, 1999: 126). En algunas campañas de ONGD se presupone en los destinatarios esta capacidad de ser cruel, o al menos, se les pone en contacto con la idea de cobardía, esto es, de que al no hacer nada para reducir el sufrimiento estarían actuando como seres crueles, como sucede en la campaña de World Vision (Figura 222) o en la anterior de Ayuda en Acción (Figura 221).

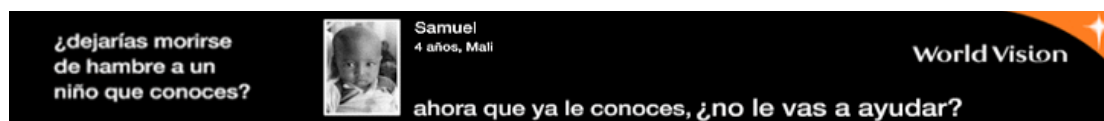


Figura 222 World Vision (2006)

## b) Espacios

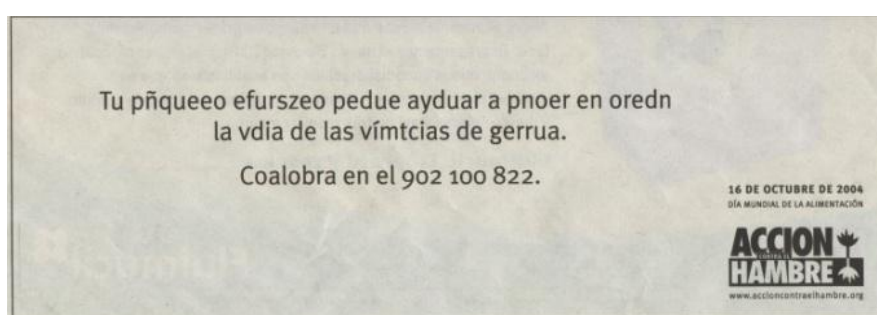
La dicotomía de los espacios remite a lo desconocido de allí frente a lo conocido de aquí, y a las distancias: a lo lejano frente a lo cercano.

Mientras que nada se dice de la estructura social de los otros, la comunidad del nosotros se proyecta como una sociedad organizada y estructurada en la que es posible reconocer un



entramado institucional. De esta estructura participan las figurativizaciones de las propias ONGD y las menciones a las administraciones, los gobiernos o los líderes políticos.

El nosotros habita un espacio de lo definido; por ejemplo, la comunidad de destinatarios se identifica con el territorio nacional o europeo, incluso local. Este referente se infiere del campo de acción de las ONGD y se explicita en la publicidad en ciertas ocasiones, pero ha sido una tónica general de los telemaratones y otros productos mediáticos similares. En ellos se ha reiterado la máxima: “los españoles somos solidarios” que, de formas diferentes, también rescata el discurso político sobre cooperación internacional.



**Figura 223 Acción contra el hambre (2004)**

Otro aspecto que define el espacio del nosotros es su caracterización como un territorio avanzado, desarrollado y tecnológico. Por ejemplo, es el lugar de los conocimientos técnicos que se pueden enseñar y el de las conquistas como la llegada del hombre a la luna. Sin llegar tan lejos, el nosotros es además el lugar del orden y la estabilidad, una comunidad ordenada y “tu pequeño esfuerzo puede ayudar a poner en orden la vida de las víctimas de la guerra” (Acción contra el hambre, Figura 223, 2004). El espacio de la guerra y la violencia de ellos es el de la pacificación, la convivencia y la cooperación humanitaria en nosotros. Este espacio, básicamente estructurado y capaz de ofrecer estructura, tiene que ver con el tiempo del progreso y con el de la cotidianidad en los espacios desarrollados. Este espacio estructurado del nosotros, así como la construcción de la cotidianidad que le acompaña, tiene en los géneros informativos una de sus fuentes principales<sup>462</sup>.

<sup>462</sup> Según explica Peñamarín (2007), la información televisiva al repetir siempre el mismo formato, por ejemplo mediante la figura del presentador en el estudio, “busto parlante profesional, estático, frontal, de expresión y tono fríos, objetivos y supuestamente neutrales” nos ofrece siempre un “lugar estable” y un “rostro familiar” al que volver, después de transitar otros lugares y tiempos desconocidos y desorganizados a los que accedemos a través de la información. “Los espectadores son llevados a sumergirse de forma puntual en ese río de eventos para después salir y reencontrarse en el paisaje familiar del estudio de televisión (Peñamarín, 2007:175). La autora escribe que frente al espacio desorganizado, se representa en la información la comunidad propia como un territorio “caracterizado

### c) Tiempos

El tiempo de los sujetos afortunados y felices es también un tiempo doble, cíclico y lineal, pero de características muy diferentes al tiempo de los otros. Vimos en el apartado anterior que la temporalidad lineal del nosotros es abierta, productiva y progresiva. De un pasado presupuesto el nosotros recoge la experiencia de su saber y de su progreso hacia cotas de mayor desarrollo. Este pasado y la constancia —el esfuerzo mantenido con el paso del tiempo— le convierte en una comunidad capaz de tener un presente en acción, de intervenir eficazmente y con rapidez para paliar los problemas y situaciones que afectan a los otros y les producen sufrimiento. Esta temporalidad en movimiento posibilita que su presente trascienda, se abra hacia el futuro configurando una utopía posible.

Para el nosotros también opera un tiempo cíclico que se divide en dos espacios diferenciados. Por un lado, el territorio de la intervención y de la ayuda y, por otro, el lugar de la contemplación del sufrimiento y de la experiencia de la emoción. Mientras que el tiempo de la ayuda y de la cooperación pertenece a los expertos, el de la contemplación y la expresión de las emociones es el tiempo propio de los destinatarios.

#### i) La cotidianidad como espacio-tiempo del solidario

El nosotros habita en la cotidianidad, en la rutina diaria, un espacio-tiempo del que podría predicarse un grado notable de felicidad. Este día a día dibuja al nosotros como sujetos felices, más o menos despreocupados, que no tienen que hacer frente a problemas, al menos cuando se compara con las situaciones catastróficas a las que sobreviven los otros. En la rutina del nosotros, según Acción contra el hambre (2005), los sujetos comen tres veces al día, se duchan, van en autobús, trabajan, cobran, compran en el supermercado y duermen ocho horas<sup>463</sup>. En la reciente campaña de Acnur (Figura 224, 2009) bajo el lema “Los refugiados

---

como propio porque es un espacio familiar, repleto de caras y nombres conocidos y porque ha sido ritualizado gracias a la representación de las instituciones, de las grandes ceremonias, de los aniversarios, que se convierten en noticia, y dotado de una estructura comprensible” (Peñamarín, 2007:177) frente a las dificultades de comprensión que atribuimos a los espacios, casi siempre conflictivos, de los otros.

<sup>463</sup> El texto del anuncio dice: “No esperes 3 comidas al día. No esperes una ducha al día. No esperes el autobús a las 8.30. No esperes fichar a las 9. No esperes la nómina el día 28. No esperes que el super abra a las 10. No esperes dormir 8 horas cada día. En una guerra lo único seguro es absolutamente nada. Porque no hay nada. Porque no hay trabajo, ni dinero, ni seguridad social. Lo único que hay siempre es hambre. Y una situación nueva, desconocida y violenta, a la que tienes que adaptarte para sobrevivir. Acción contra el hambre ayuda a los afectados en conflictos a readaptarse y obtener recursos en esa nueva situación”.

quieren tener tus mismos problemas” al nosotros se le atribuyen problemas supuestamente triviales como, por ejemplo, pequeños conflictos entre padres e hijos (una madre pilla a su hija fumando en el baño) o percances menores sucedidos en el ámbito doméstico (desteñir ropa al mezclar colores en una lavadora).



Figura 224 Acnur (2009)<sup>464</sup>

El tiempo de la cotidianidad y la rutinización de los rituales solidarios inciden en la naturalización de los planteamientos de la formación discursiva. Para que los presupuestos de estos campos de discurso sean efectivos tienen que sostenerse en realidades muy concretas de la vida cotidiana, de esta forma serán considerados como verdades incuestionables. “La vida cotidiana tiene que ser coherente con ellos, no tiene que ponerlos en duda. Así, los actos de consumo como la aportación caritativa de parte de los excedentes son bastante comunes y habituales en nuestra sociedad; también adquirir una tarjeta de crédito, comprar regalos, ingresar dinero en una cuenta, ver un programa de televisión” (Diez Rodríguez, 2002:127). Esto permite que a las personas les sea más difícil permanecer ajenas a las acciones de la solidaridad, que funciona como “una mecánica coherente y soluble en el mercado” (Diez Rodríguez, 2002:127).

Junto al tiempo de la cotidianidad, el de los afortunados es también el tiempo del ritual<sup>465</sup> solidario, inscrito a su vez en rituales espectacularizados propios del espacio mediático<sup>466</sup>.

<sup>464</sup> “Los refugiados son personas que tuvieron que abandonar sus países a causa de la persecución por razones políticas, religiosas, de pertenencia a un grupo social o por conflictos armados. En el camino dejaron todo lo que les pertenecía. ACNUR trabaja para que más de 32 millones de personas en el mundo puedan rehacer sus vidas”.

<sup>465</sup> “Ritual es un sistema culturalmente construido de comunicación simbólica. Está constituido por secuencias pautadas y ordenadas de palabras y actos, frecuentemente expresadas en medios múltiples,

Estos rituales mediáticos traen consigo nuevos modos de escenificación del sufrimiento y una mayor accesibilidad a éste. Al informar sobre los vínculos globales en el contexto de lo cotidiano aumentan su eficacia ritual; esta eficacia supone “visualizar los mitos comunes e integrar al individuo en el todo social” (Abril, 1997:159).

La temporalidad del ritual solidario sirve para actuar la dimensión colectiva de la ciudadanía solidaria; sin embargo, no se trata de un rito transgresor que altere y modifique el orden social, ni del que derive una concepción y práctica alternativa. Aunque se proclama alternativa, contra-hegemónica e incluso anti-sistema, al tratarse de un ritual espectacularizado constituye, más bien, un rito carnavalesco burocrático, es decir, dado su carácter y aspiración normativa se trata de una forma edulcorada del ritual propia de la cultura masiva.

Por ejemplo, siguiendo la máxima “aguantar y conmovirse”, la contemplación del sufrimiento en el telediario ‘a la hora de comer’ es un lugar común al que se alude como una prueba de la participación en el espacio de los sujetos solidarios. También sucede con otros rituales informativos temáticos como los reportajes y documentales sobre desastres, emergencias, guerras, hambrunas y otros aspectos de la cooperación. Éstos últimos responden, bien a los sucesos de actualidad, bien a los ritmos de las rutinas informativas; por ejemplo, aumentan en verano con el retroceso de la información política nacional. A éstos se unen otros rituales mediáticos con una temporalidad también cíclica pero distinta, por ejemplo, las galas, los telemaratones, etc. de carácter anual, tradicionalmente ligados al tiempo navideño. Eventos solidarios también mediáticos y cíclicos son los conciertos (*40 principales solidarios*), las galas benéficas (*Inocente, Inocente*), las fiestas (*Un día para la esperanza* de Intermón Oxfam), las corridas de toros, las carreras populares, los mercadillos o las ferias. Éstas son oportunidades para añadir una nueva dimensión a los rituales sociales populares.

---

cuyo contenido y disposición se caracterizan por grados variados de formalidad (convencionalidad), estereotipia (rigidez), condensación (fusión) y redundancia (repetición). La acción ritual en sus rasgos constitutivos es performativa según estos tres sentidos: en el sentido austiniano de performativo, cuando decir algo es también hacer algo como acto convencional: en un sentido bastante diferente alude al carácter performativo del uso de medios múltiples por los cuales los participantes experimentan el acontecimiento intensamente; y en el sentido de valores índice –de acuerdo con Peirce- que son atribuidos e inferidos por los actores durante el acto performativo” (Tambiah citado en Abril, 1997:166).

<sup>466</sup> Conforma éste un ritualismo profano, ya que el símbolo de trascendencia se convierte en un signo de consumo al que se asignan y distribuye significados a través del mercado, es además un ritual flexible puesto que sus significados son restituidos por pactos contingentes de lectura y además en él no hay sino una participación escópica, es decir, espectacularizada y ficcionalizada (Abril, 1997:159-166), en este caso a través de las figuraciones que ofrece la formación discursiva.

Muchos otros lugares y actividades aparecen en el espacio público teñidos de la solidaridad que funciona como espacio interdiscursivo, por lo que la presencia ritual de "lo solidario" sigue siendo todavía hoy intensa en los espacios cotidianos: comprar un producto que dona cierta cantidad a una ONGD; formar parte de un programa de Responsabilidad Social Corporativa en el lugar de trabajo; escuchar la declaración de un personaje público solidarizándose con una causa; acudir a una estación y encontrarse una exposición de sensibilización; encontrarse con una hucha recaudadora en el mostrador de algún negocio o institución pública; observar un calendario solidario en una mesa de trabajo; recibir una postal; estudiar un tema solidario en la escuela; convertir la entrada al concierto de las fiestas en una donación; acudir a un gimnasio que apadrina a niños en nombre de sus socios, etc. Cada uno tiene sus propias formas de participación (tiempos, espacios, indumentarias y medios de expresión) pero todos ellos participan de un mismo modelo dramático-narrativo, habitualmente el de la tónica sentimentalista.

En resumen, la ritualización mediada o mediática es consustancial a la experiencia cultural solidaria y fundamental en la configuración de los vínculos y agenciamientos que ésta moviliza. Como expresión de una forma de inversión ritual aceptada del orden social, lo armoniza y lo confirma como la norma imperante consensuada.

## ii) La humanidad como realización espacio-temporal del sujeto solidario

El nosotros es responsable del futuro porque tiene la capacidad, como hemos visto, de hacerlo posible. Al cronotopo de los afortunados pertenece el tiempo de la utopía y con él el espacio imaginado de la humanidad como horizonte.

- © "Para toda la infancia. Salud, educación, igualdad, protección. Así la humanidad avanza" Unicef (2004),
- © "El futuro del mundo. Compromiso de todos" Manos Unidas (Figura 225, 2004)

Es este un tiempo construido sobre una noción de humanidad esencializada y aproblemática, aunque cabe cierto grado de incertidumbre, como en la campaña de Manos Unidas, en la que la representación del planeta va precedida o forma parte de un interrogante mayor que ella.

"La infancia", así como los cuerpos de las mujeres, tanto de las otras como de las nuestras, funcionan como espacio en el que se inscribe este modelo no problemático de comunidad y



Figura 225 Boletín Manos Unidas Campaña (2004)

solidaridad entre ‘humanos’, ya sea reivindicando la igualdad plena, ya sea como muestra de una diversidad cultural armónica. Lo humano se predica del *homo sacer* y la subalternidad de la mujer -su rasgo marcado- la convierte en un sujeto pertinente para cumplir esta función, ya que los varones –sobre todo, occidentales, ricos, educados y heterosexuales- mantienen su condición humana como un presupuesto normativo, no como una reivindicación. Un ejemplo del primero de los usos, la igualdad esencial como deseo es la campaña de Manos Unidas: “Norte y Sur: Un futuro común” (Figura 226, 2005), que emplea para ello una estetización extrema de las mujeres, a través del grafismo, la sencillez de líneas y la simetría, sirven como ejemplo de los sujetos que deben reivindicar su condición humana. En este texto, se presupone que son las mujeres -¿por su rol reproductivo y su trabajo de cuidado, su condición pacífica y sensible?-, las que aseguran el futuro común. Sin embargo, nada se dice acerca de los costes que eso pueda tener para las mujeres. La imagen ideal nada sugiere de las cargas que unen a las mujeres de un lugar y de otro, puesto que también en el espacio de las afortunadas el trabajo voluntario, el mantenimiento del sistema de cuidado, incluida la red de ONGD, en gran medida recae sobre las mujeres.



Figura 226 Manos Unidas (2005)

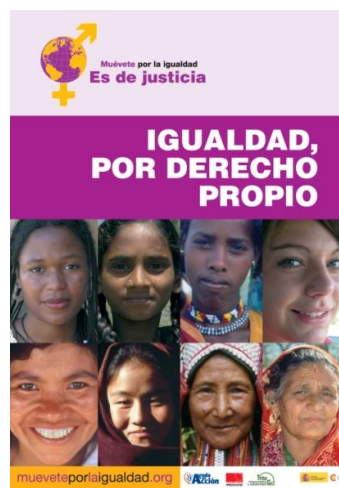


Figura 227 Muévete por la Igualdad (2008)

¿Es este un anuncio que nos habla de solidaridad entre mujeres? ¿Es una campaña que se refiere a un proyecto colectivo global? ¿Quiénes están involucrados en dicho proyecto? Esta representación, ¿es capaz de dar cuenta de las relaciones de interdependencia en una sociedad globalizada? El feminismo “de la diferencia” y el postcolonial han denunciado la imposibilidad de establecer una supuesta hermandad entre mujeres, mientras ésta no atienda a los conflictos que nos atraviesan. De igual forma, esta representación que utiliza, de nuevo, el cuerpo de las mujeres en el marco del cronotopo del desarrollo tampoco puede explicitar, ni

quiera apuntar, qué podría ser un proyecto colectivo, cuál sería el punto de partida desde el que imaginar un futuro común en el que las relaciones de poder, las estructuras de la desigualdad y las disposiciones políticas, afectivas y morales en torno a la justicia se tuviesen en cuenta.

Por su parte, en el cartel de la campaña “Es de justicia”(Figura 227, 2009) vemos una serie de fotografías de rostros de mujeres que indican la diversidad de culturas en un contexto global. Todos los rostros presentan alguna huella que permite su reconocimiento y adscripción: adornos, peinados, vestidos, tez, rasgos fisonómicos. El folleto de la campaña presenta un interesante enfoque de género, propio de los cambios de tendencia que se están produciendo en los últimos años y se ocupa de dos temas básicos: la participación política de las mujeres y la economía de los cuidados. Sin embargo, a la vista de la imagen principal de la campaña, nos podemos cuestionar si no es ésta otra forma de representar el cronotopo de la humanidad “marcada” (generizada), a través de un slogan que parece estar dirigido en exclusiva a las mujeres “Muévete por la igualdad”. Esta utilización de la multiculturalidad de lo femenino no trata de legitimar a las mujeres como voz de lo universal, capaces de ilustrar un supuesto sustrato humano compartido, sino de aproximar a la mujer en general (una y diversa) al ideal del ciudadano masculino. Creemos que, en realidad, estamos ante una figuración que responde a la misma dinámica que ha afectado y sigue afectando a la representación de las mujeres como sujetos subalternos. Lo que impide hablar de una solidaridad entre mujeres o de la utilización de lo femenino para referirse a lo universal son los presupuestos de la formación discursiva de la solidaridad, que implican una voz enunciativa patriarcal y colonialista que ahonda en la desigualdad: a veces recurriendo a la invisibilización y otras mediante la saturación y esencialización de las diferencias<sup>467</sup>.

Esta voz enunciativa es la que activa las representaciones cronotópicas que hemos repasado a lo largo de este apartado y desde donde se determina qué significa lo común en este tiempo y espacio utópico que puede llegar a significar la humanidad gracias a la acción solidaria.

---

<sup>467</sup> Las estrategias señaladas son algunas de las contribuciones que el discurso de las ONGD realiza al culturalismo en nuestra sociedad. Y no hay que olvidar que la ‘diferencia cultural’ es una de las herramientas básicas para la definición de la subalternidad. Bhaba (2002) define la diferencia cultural como un proceso de enunciación de la cultura. Entendiendo cultura como la instancia “portadora de un conocimiento, autoritativa, adecuada para la construcción de sistemas de identificación cultural”. Mientras la diversidad cultural es una categoría de ética, estética o incluso de etnología comparativa, la diferencia cultural es un proceso de significación “por el que los enunciados de cultura o sobre una cultura diferencian, discriminan o autorizan la producción de campos de fuerza, referencia, aplicabilidad y capacidad”.



## 6.3 Mirada disciplinaria y rostro

*“La mirada sólo es secundaria en relación a los ojos sin mirada”*

(Deleuze y Guattari, 2000:177)

Hemos dado cuenta a lo largo de los apartados anteriores de los sentidos que adquiere la posición de espectador en la formación discursiva de la solidaridad, hemos procurado contestar a la pregunta: ¿qué miramos, cómo y para qué? Nuestra hipótesis es que la mirada solidaria tiene carácter disciplinario, una instancia normativa que se orienta no sólo hacia lo observado sino también hacia el observador, hacia el nosotros. Esta mirada puede analizarse a partir de dos propuestas teóricas que, desde nuestra perspectiva, resultan complementarias, el modelo panóptico (Foucault, 2002).

La instancia enunciativa insta una mirada que categoriza como diferentes (a-normales) a los sujetos que no se adecuan a la norma. Estos sujetos son espacializados, diferenciados y, en cierta forma, singularizados a través de esta mirada. Reproduciendo la instancia enunciativa colonial, esa mirada condiciona las representaciones de los otros subalternos; sin embargo, en este trabajo nos gustaría destacar, como hemos indicado, que dichos sujetos no son los únicos afectados y regulados por esta mirada. Este modo de mirar también mira al que observa, se dirige hacia el espectador y hacia los que son como él, incorporándolos al espacio disciplinario y disciplinado. Para describir este tipo de mirada compleja recurriremos a la metáfora del panóptico.

El modelo panóptico<sup>468</sup> forma parte de la noción ilustrada acerca de la naturaleza moral de los sujetos, tal y como comentamos en capítulos anteriores, y es un aspecto central de la obra de autores como Bentham y Rousseau, ligados ambos a los principios de dicho modelo de forma complementaria. Para ambos, si bien de formas diferentes, la máxima de los mecanismos de control responde a la máxima del panóptico: “cada camarada se convierte en vigilante”. Estos

<sup>468</sup> El panóptico diseñado por Bentham es una arquitectura. “El principio era: en la periferia un edificio circular; en el centro una torre; ésta aparece atravesada por amplias ventanas que se abren sobre la cara interior del círculo. El edificio periférico está dividido en celdas, cada una de las cuales ocupa todo el espesor del edificio. Estas celdas tienen dos ventanas: una abierta hacia el interior que se corresponde con las ventanas de la torre; y otra hacia el exterior que deja pasar la luz de un lado al otro de la celda. Basta pues situar un vigilante en la torre central y encerrar en cada celda un loco, un enfermo, un condenado, un obrero o un alumno. Mediante el efecto de contra-luz se pueden captar desde la torre las siluetas prisioneras en las celdas de la periferia proyectadas y recortadas en la luz. En suma, se invierte el principio de la mazmorra. La plena luz y la mirada de un vigilante captan mejor que la sombra que en último término cumplía una función protectora” (Foucault, 1980).

autores creían en la existencia de mecanismos capaces de bloquear la posibilidad de obrar mal e incluso de desear hacerlo. Estaban convencidos de la posibilidad de las personas de actuar conforme a su naturaleza moral esencial, pero también creían que para que ésta emergiera resultan imprescindibles algunos instrumentos de control y regulación. Entre ellos, aquí nos interesa, el que constituye el hecho de estar “sumergido” en la mirada de los otros, es decir, la existencia de una mirada omnipresente que dicta la norma moral imperante<sup>469</sup>.

El sueño de Rousseau es el de “una sociedad transparente, visible y legible en cada una de sus partes; que no existan zonas oscuras, (...) que los corazones se comuniquen unos con otros, que las miradas no encuentren ya obstáculos, que la opinión reine, la de cada uno sobre cada uno” (Foucault, 1980). El seguro del contrato social ilustrado se encuentra en el corazón de cada individuo que interioriza la necesidad de ser bueno y auténtico frente a la hipocresía y maldad del Antiguo Régimen. Bentham, por su parte, concibe este proyecto de visibilidad como una institución de control, un modelo adaptado a esa mirada dominadora y vigilante, una visibilidad universal fundada en el ejercicio de poder omnicontemplativo<sup>470</sup>.

En los planteamientos de Rousseau y Bentham estas zonas de transparencia (interiorizadas en el carácter moral o exteriorizadas en arquitecturas) precisan y presuponen por definición contra-figuras de oscuridad e invisibilidad. El panóptico como mecanismo de máxima visibilidad<sup>471</sup> funciona mediante la proyección de claridad y sirve para controlar las zonas oscuras, desordenadas, esto es, las zonas de indeterminación. Este mecanismo además está al servicio de la categorización, gestión y control de las poblaciones, más eficaz cuanto mayor es el grado de interiorización del mismo por parte de los sujetos. El proceso de interiorización de esta instancia y del modelo normativo permite que éste funcione como una norma moral y afectiva, que de ser impuesta pasa a ser asumida.

Más que una arquitectura, el panóptico es una tecnología de poder y por eso sirve como modelo de la mirada disciplinaria de la solidaridad. Consiste en una tecnología que, pese a las

---

<sup>469</sup> “Cuando la Revolución se pregunta por una nueva justicia el resorte para ella será la opinión. Su problema, de nuevo, no ha sido hacer que las gentes fuesen castigadas; sino hacer que ni siquiera puedan actuar mal en la medida en que se sentirían sumergidas, inmersas, en un campo de visibilidad total en el cual la opinión de los otros, la mirada de los otros, el discurso de los otros, les impidan obrar mal o hacer lo que es nocivo. Esto está presente constantemente en los textos de la Revolución” (Foucault, 1980).

<sup>470</sup> “La ilusión de casi todos los reformadores del siglo XVIII que han concedido a la opinión un poder considerable. Puesto que la opinión necesariamente era buena por ser la conciencia inmediata del cuerpo social entero, los reformadores creyeron que las gentes se harían virtuosas por el hecho de ser observadas” (Entrevista a Foucault, “El ojo del poder”, 1980).

<sup>471</sup> Esta propuesta es hoy relevante, entre otros aspectos, por la metáfora del acceso total, de la transparencia en la sociedad de la información.

apariencias, no proclama un punto de poder absoluto<sup>472</sup> ejercido por un poder central, a la manera del ojo de dios, sino que es una estructura reticular, en la que “cada uno, según su puesto, está vigilado por todos lo demás, o al menos por alguno de ellos; se está en presencia de un aparato de desconfianza total y circulante porque carece de un punto absoluto. La perfección de la vigilancia es una suma de insidias” (Foucault, 1980). En el Panóptico, todos los sujetos están perfectamente individualizados y constantemente visibles. Cada sujeto “es visto pero él no ve, es objeto de una información, jamás sujeto de una comunicación” (Foucault, 2002:204). El panoptismo disciplina lo social gracias a esta invisibilidad lateral que, según Foucault, es garantía de todo orden. Además permite la asignación diferencial entre normales y anormales, regula el contacto con extraños como los necesitados e infelices<sup>473</sup>.

Al otro homogeneizado “se le deja perderse allí como en una masa que importa poco diferenciar”, “las diferenciaciones individuales son los efectos coactivos de un poder que se multiplica, se articula y se subdivide” (Foucault, 2002:202). Si los otros apestados (como pobres, dependientes, leprosos, necesitados, según las figurativizaciones o conjunción de posiciones que les atribuye la formación discursiva de la solidaridad) son individualizados es por la acción de la mirada del espectador moral que focaliza para poder visualizar, hacer presente y hacer inteligible a esa masa de cuerpos indefinida.

Si pensamos en el panóptico como modelo de atención humanitaria sabemos que “para activar la piedad, los cuerpos sufrientes y miserables deben ser transportados de modo que golpeen los sentidos de las personas felices” (Boltanski, 2000:17). Para que esto suceda, es decir, para que la masa de los desfavorecidos se haga inteligible, la mirada del espectador debe ser capaz de resaltar la singularidad de modo que le pueda dar cuerpo al sufrimiento; cada infeliz debe ser transportado como si estuviese presente, en persona, como si se pudiesen tocar sus lágrimas, sentir su grito. Pero la política de la piedad no sabe qué hacer con un infeliz, con su situación y para ser una política debe transportar al mismo tiempo una pluralidad de situaciones de infelicidad; necesita, tal como describe Boltanski, constituir una suerte de manifestación imaginaria de infelices, juntos sea por lo que tienen en común, sea por lo que

<sup>472</sup> “Dispositivo importante ya que automatiza y desindividualiza el poder. Este tiene su principio menos en una persona que en cierta distribución concertada de los cuerpos, de las superficies, de las luces, de las miradas; en un equipo cuyos mecanismos internos producen la relación en la cual están insertos los individuos” (Foucault, 2002:205).

<sup>473</sup> “La división constante de lo normal y de lo anormal, a que todo individuo está sometido, prolonga hasta nosotros y aplicándolos a otros objetos distintos, la marcación binaria y el exilio del leproso; la existencia de todo un conjunto de técnicas y de instituciones que se atribuyen como tarea medir, controlar y corregir a los anormales, hace funcionar los dispositivos disciplinarios a que apelaba el miedo de la peste” (Foucault, 2002:203).

tienen de singular. Los sufrimientos, manifestados y presentes gracias a la acumulación de detalles, deben también poder fundarse en una representación unificada. Singular, si, pero no por ello menos ejemplar. El panóptico es un mecanismo que nos provee de una representación ambivalente, hipersingularizada y, al mismo tiempo, subcualificada, es decir, a la que se le restan los rasgos individualizantes para homogeneizar a los sujetos y así poder adscribirles a la categoría desde la que se articula su posición conforme a la norma.

La determinación de lo desviado y la producción de normalidad es el mecanismo básico de producción del discurso racista. “El racismo procede por determinación de las variaciones de desviación, en función del rostro Hombre blanco que pretende integrar en ondas cada vez más excéntricas y retrasadas los rasgos inadecuados, unas veces para tolerarlos en tal lugar y en tales condiciones, en tal ghetto, otras para borrarlos de la pared, que nunca soporta la alteridad (es un judío, es un árabe, es un negro, es un loco, etc....) Desde el punto de vista del racismo, no hay exterior, no hay personas de afuera, sino únicamente personas que deberían ser como nosotros, y cuyo crimen es no serlo” (Deleuze y Guattari, 2000:183).

En el dispositivo panóptico no hay lugar para el afuera, ni posiciones que no sean vigiladas; la organización precisa de un ojo central, del ojo del modelo disciplinario cuya función es también capturar todo lo que excede. El panoptismo nos explica de qué forma tiene lugar el proceso de negación de las diferencias, la anulación del desorden y la búsqueda del ideal homogéneo, del rostro de referencia al que todos deben aspirar. “El corte ya no pasa entre un adentro y un afuera, sino en el interior de las cadenas significantes simultáneas y de las opciones subjetivas sucesivas. (...)El racismo jamás detecta las partículas de lo otro, propaga las ondas de lo mismo hasta la extinción de lo que no se deja identificar (o que sólo se deja identificar a partir de tal o tal variación). Su crueldad sólo es equiparable a su incompetencia o su ingenuidad” (Deleuze y Guattari, 2000:183). Podríamos hablar, a partir de este análisis, de un racismo narcisista.

Los espacios de exclusión a partir del siglo XIX fueron habitados por apestados y leprosos de diverso signo: mendigos, vagabundos, locos, violentos, homosexuales, también mujeres. Hoy estos excluidos son, entre otros, los sujetos contruidos como objetos de la mirada compasiva y solidaria, los sujetos de la necesidad y la benevolencia, los subdesarrollados, pobres, migrantes, etc. No obstante, hemos señalado ya que el interés del panóptico no sólo reside en su capacidad para distinguir entre normalidad y anormalidad, sino que también es el territorio adecuado para la configuración del rostro del vigilante que es, también, un rostro impuesto, sometido a constricciones similares. El vigilante es vigilado aunque igual que el espectador

moral, vive la fantasía de ver sin ser visto. Su posición central le compromete con el funcionamiento del dispositivo<sup>474</sup> y puede ser, a su vez, observado por su propia condición de visibilidad. Porque “el que está sometido a un campo de visibilidad, y que lo sabe, reproduce por su cuenta las coacciones del poder; las hace jugar espontáneamente sobre sí mismo; inscribe en sí mismo la relación de poder en la cual juega simultáneamente los dos papeles; se convierte en el principio de su propio sometimiento (Foucault, 2002:209). El mismo mecanismo que Rancière señala como la paradoja de la igualdad, la obligación de conocer el

orden social para poder participar de él, incluso, desde el sometimiento.

Según Foucault, puede utilizarse un esquema panóptico para todo colectivo de individuos al que se le haya de imponer una tarea o conducta; por ejemplo, la benevolencia o la solidaridad como valor y modelo de ejercicio de la ciudadanía en la sociedad contemporánea. Esta norma implica, en primer lugar, la división dicotómica y la categorización que permiten la gestión de las poblaciones apestadas y excluidas, antes mencionadas y, en segundo lugar, el propio disciplinamiento de los sujetos morales que, al observar a los otros, se observan a sí mismos desde la norma. El disciplinamiento supone la



Figura 228 Ayuda en Acción (1996)

interiorización de las normas pero, además, el potencial control democrático de las mismas; dado que el ejercicio de este tipo de poder podría llegar a ser controlable por la sociedad entera, es accesible “al gran comité del tribunal del mundo”, cualquier persona del público puede ocupar el lugar de espectador, ya que está destinado a extenderse por todo el cuerpo social. “El panoptismo es el principio general de una nueva "anatomía política" cuyo objeto y fin no son la relación de soberanía sino las relaciones de disciplina” (Foucault, 2002:212).

Como explica Elias y después Beck, vivimos en una sociedad de individuos. Por ejemplo, la apelación que la publicidad hace al sujeto para conseguir la promoción de una solidaridad individualizada es una de sus manifestaciones. Es éste un acto comunicativo en el que el sujeto

<sup>474</sup> "Mi destino, dice el maestro del Panóptico, está ligado al suyo (al de los detenidos) por todas las ataduras que he podido inventar" (Foucault: 2002:207).

es interpelado, pero no como participante de un intercambio colectivo sino que, de forma aislada, ha de incorporar la mirada socializada acerca de las formas correctas y moralmente valiosas de la solidaridad e iniciar la búsqueda narcisista de su subjetividad e identidad -auténticamente compasiva-, a través del agujero negro de los rostros que pueblan el territorio de su figuración de pertenencia<sup>475</sup>.

Además, en una sociedad red las miradas provienen de diversos lugares; mientras el espectador moral de nuestra formación discursiva observa, desde otros lugares es observado, por ejemplo, como objeto o punto de atención de una estrategia de resistencia. En este sentido las posiciones de feliz e infeliz, vigilante o vigilado son intercambiables ya que, en último extremo, hablamos de modelos ideales que precisan de anclajes semiótico-materiales para contextualizarse en coyunturas históricas precisas. “Basta una mirada. Una mirada que vigile, y que cada uno, sintiéndola pesar sobre sí, termine por interiorizarla hasta el punto de vigilarse a sí mismo; cada uno ejercerá esta vigilancia sobre y contra sí mismo” (Foucault, 1980).

La solidaridad debe interpretarse en relación al espacio que ocupa un espectador moral inserto en el mecanismo del panóptico que juzga la bondad de los otros, al tiempo que se juzga a sí mismo. En esta estructura el sujeto interioriza al espectador imparcial -la norma moral, la disciplina- aplicando un patrón individualizante tanto a lo que mira -que queda catalogado como otro excluido y anormal- como a sí mismo, unido por un contrato que relaciona ‘individualidades recíprocas’ que comparten un cierto sentido y sentimiento común. Esta situación fue especialmente notable y reconocible en los discursos públicos durante la época en que las ONGD trabajaron por su legitimación como actores moralmente valiosos. Durante esos años, de mediados de la década de los noventa y principios de la siguiente,

---

<sup>475</sup> Empleamos la noción de rostro, según lo definen Deleuze y Guattari, como parte “del régimen significante de la rostridad”. Para estos autores, los rostros funcionan por un lado como mapas que “defienden zonas de frecuencia o de probabilidad, delimitan un campo que neutraliza de antemano las expresiones y conexiones rebeldes a las significaciones dominantes. (...) El rostro es redundancia” (Deleuze y Guattari, 2000:174). Pero además funciona también como agujeros negros porque obstaculizan la presencia de otras subjetividades y miradas. El mecanismo de redundancia del rostro inscribe en los otros la mirada normativa que esperamos de ellos. Los rostros concretos nacen de una *máquina abstracta de rostridad*, que va a producirlos al mismo tiempo que proporciona al significante su pared blanca, a la subjetividad su agujero negro” (Deleuze y Guattari, 2000:174). Estos rostros redundantes movilizan agenciamientos de poder específicos, es decir, constituyen una política poniendo en marcha el mecanismo de la exclusión en sucesivas operaciones según el grado de tolerancia, es decir, de adecuación de estos rostros a la norma. En este sentido, “si el rostro es una política deshacer el rostro también es otra política, que provoca los devenires reales, todo devenir es clandestino. Deshacer el rostro es lo mismo que traspasar la pared del significante, salir del agujero negro de la subjetividad” (Deleuze y Guattari, 2000:192).

podimos percibir con mayor intensidad la presencia normativa de la formación, según describimos en el apartado dedicado a dicha etapa: “Cuando todo fue solidario”.

¿Qué implica interiorizar una mirada disciplinaria? ¿Qué hacer cuando son los objetos los que nos miran? ¿Cuándo tomamos conciencia de que poseemos una mirada que se ha transformado en un órgano sin cuerpos (Zizek, 2003).<sup>476</sup>

La mirada es una experiencia y un fenómeno complejo. No se trata de un acto puramente sensorial de carácter inmediato, sino de un constructo en el que interviene nuestro mirar desde una posición enunciativa que nos indica el recorrido visual al que deberemos adaptarnos, si llevamos a cabo una interpretación cooperativa, es decir, acorde con lo previsto por la instancia de enunciación inscrita en los discursos. Escribe Alonso (1998) “la mirada no es un hecho natural –vemos lo que somos, queremos y podemos– se mira la sociedad desde la sociedad misma (...) Nuestra mirada está formada, esto es, educada (...) y esta educación de la mirada es fundamental hasta para definir la realidad social, pues como dice el sociólogo norteamericano Richard Sennet, la *conciencia del ojo* actúa como conexión entre lo visual y lo social y constituye la experiencia de los límites” (Alonso, 1998:21).

Según esta perspectiva, son los objetos contemplados los que nos informan de cómo debemos observar y es este recorrido modal el origen de la moralización, no sólo de nuestro mirar sino de la acción propuesta. Esto significa que contemplar el sufrimiento nos interpela, algo que siempre hizo en las representaciones clásicas, por eso, es habitual en su representación tematizar la mirada: figurativizarla (Figura 228). En la publicidad de las ONGD, la mirada está presente a través de los rostros, la mención a las pantallas de los medios, a lo que los espectadores ven, incluso, a lo que pueden ver los otros.

Esta alienación de la mirada nos impide el ejercicio de una mirada ética, porque ésta nos ha sido robada y está habitada por el mecanismo disciplinario. Con ello, la ideología cortocircuita otras posibles miradas. Por eso podemos apaciguar el dolor, vemos al otro como ajeno, no nos enfrentamos a lo Real sino a cierta narración de la realidad y a su adecuación estetizada en géneros discursivos como la información y la publicidad. No es posible apenarse ni es viable indignarse en el contexto disciplinario porque nuestra mirada –y sobre todo su dimensión

<sup>476</sup> “Es como si la mirada le fuera robada al sujeto transformada en un objeto que anda por ahí, tu propia mirada te es robada” (Zizek, 2003). Alonso también se ha ocupado de la mirada y al respecto escribe: “El *ojo humano* –tomado más allá de un sentido de lo fisiológico– no es un perceptor neutro pasivo, automatizado o inocente, sino un instrumento condicionado y sujeto tanto a un aprendizaje cultural como a una validación social” (Alonso, 1998:22)



política- han sido desplazadas, lo que obstaculiza la emergencia de agenciamientos colectivos de poder.

Esta interiorización del esquema panóptico coincide con un proceso ideológico, en el sentido que lo define Žižek (2003), que nos conduce a respetar la norma incluso cuando no la hayamos interiorizado de manera total y absoluta; es decir, este dispositivo funciona en el plano del *como si* –del consenso social- no tanto en el de la asunción psicológica. La distancia entre la incorporación psicológica del edificio normativo y su actuación socializante tiene lugar gracias a la dimensión reflexiva de la sociedad contemporánea. Incluso podríamos llegar a defender la movilización de una reflexividad cínica, tal vez asociada al pastiche postmoderno (Jameson), como dispositivo ideológico.

Según Žižek, este tipo de mirada es un órgano privado de su cuerpo, es como mirarse al espejo y que éste no nos devuelva nuestro mirar. En el espacio comunicativo dialógico supone tener una relación con otro en la que está negada la reciprocidad: el otro no nos mira porque no tiene capacidad de hacerlo, porque le negamos sus ojos y lo que nos devuelve es nuestro propio mirar -no reflejado como inmediatez, sino traducido a través del mirar de los otros domesticados y rostrificados que, finalmente, será también el nuestro. Un proceso de reflexividad mediatizada narcisista. En este sentido, ‘la mirada no está del lado del sujeto sino del objeto’ (Žižek, 2003). La mirada la posee el objeto constituido en el mirar disciplinario y debido a esto todos podemos ocupar el puesto de espectador sin que la mirada varíe y el punto de vista permanezca fijo en el interior del campo disciplinario de la formación.

Esta situación es, por otro lado, una de las barreras que el espectador moderno instala frente a la sobre-excitación sentimental, el *shock* benjaminiano. No está obligado a hacerse cargo de forma radical de lo que percibe y le rodea, sino que interpone instancias mediadoras que actúan como escudo protector. Žižek denomina a esta instancia la “mirada objetiva del gran Otro”; en otras palabras, “la agencia de la censura social, de un observador *naïf* ante quien hay que guardar las correctas apariencias”<sup>477</sup> (Žižek, 2003). Esta mirada inocente no es la de los espectadores, a quienes se les permite realizar todas las inferencias previstas –incluso las políticamente incorrectas-; es una protección para la instancia socializada del mirar compartido. Es un mecanismo que protege no sólo ciertas formas de mirar, ya sean racistas o

---

<sup>477</sup> “Entonces deberíamos presuponer una especie de protector, una especie de Otro ideal, una mirada que puede verlo todo pero con ingenuidad, que debería ser protectora. ¿Ven la paradoja aquí? la mirada inocente no es la de nosotros los espectadores, la mirada inocente por la que estaba preocupado el censor, es la mirada de una especie de absoluta autoridad omnivoyeur...(...)” (Žižek, 2003)

sexistas, sino que va más allá, protege nuestra moralidad al salvarnos de nosotros mismos porque nos dicta el *como si* de las reglas morales en las que todos participamos.

Esta mirada es ideológica, porque “la ideología no es solamente censura y vos transgrediendo a través de fantasías sucias, etc... sino que la ideología (...) directamente genera este contenido reprimido” (Zizek, 2003). Funciona en dos niveles, el discurso público y el secreto. “La película de Hollywood quiere que imagines que lo hicieron pero al mismo tiempo te da una cobertura segura, vos podés libremente comprometer tu imaginación porque te cubrimos, si una autoridad te pregunta ¿Qué viste? Vos decís: nada, nada” (Zizek, 2003) En palabras de Barthes: “un poco de mal ‘confesado’ evita reconocer mucho mal oculto” (Barthes, 1997:46).

Veamos un ejemplo referido a la solidaridad. Cuando una publicidad implica o presupone que la culpa de la situación de precariedad de los otros es de ellos mismos, debido a su incultura o incluso a su salvajismo, la cobertura que ofrece el valor ‘Solidaridad’ permite negar que se ha realizado dicha inferencia. El sujeto lo vio, pero parece que este sentido no está en la representación, algo extraño, inadecuado le llevó a interpretar así. Nuestra hipótesis es que el objeto representado contiene ya prevista la mirada del destinatario, su mirada le ha sido negada. Una negación que al mismo tiempo le ofrece coartada para su mirar, a veces, muy poco solidario.

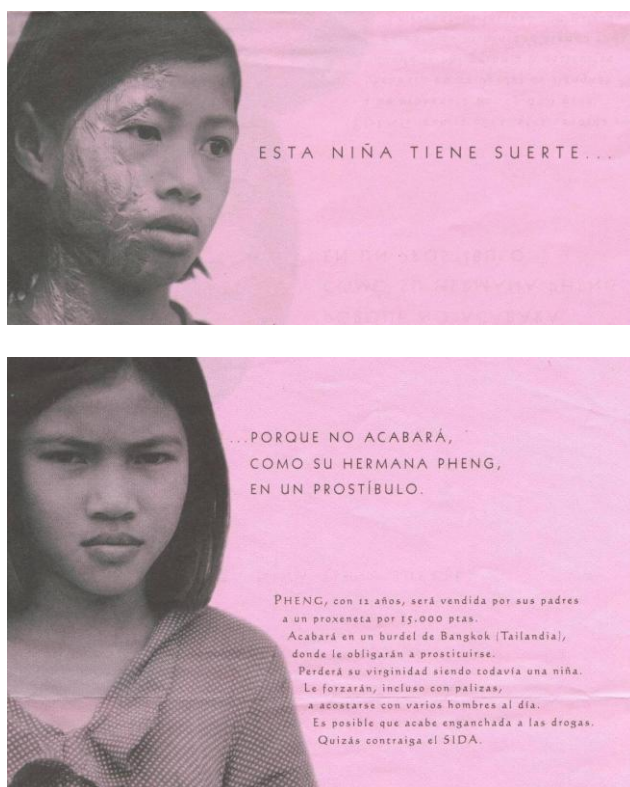


Figura 229 Folleto Anesvad (2000)

En el anuncio de Anesvad (Figura 229, 2000), el hecho que enmarca todo el relato es la venta de la niña por parte de sus padres; este es el origen y explicación de toda la situación de explotación que sufrirá. Por ello, el destinatario puede culpar a los padres por desalmados y partícipes de una cultura atrasada, liberándose de la responsabilidad que podría tener como participante en un mundo en el que esto sucede. Pero si alguien cuestiona al destinatario que haya acusado a la víctima de su propia situación, siempre puede colocarse en el lugar de lo correcto, el sentimiento y el sentido moral de lo adecuado, del sentir común, de su humanidad, y hacer mención a la necesaria solidaridad para que eso no suceda, obviando la explicación causal.

Todos saben como funciona, todos se han enfrentado crudamente al hecho de la desigualdad, al hecho de que las reglas del juego son injustas; se sabe que la cooperación internacional no responde a las expectativas que genera, pero actuamos como si la solidaridad fuese posible en los términos que hemos aceptado. Como dice Žižek, aunque la gente no toma las proposiciones ideológicas en serio, actúa como si lo fuesen. Hacemos realidad la fantasía ideológica porque nos hemos convencido de que nos conviene. Por ejemplo, a la hora de elaborar la relación de confianza-sospecha que los destinatarios mantienen con las ONGD es importante el convencimiento de que, pese a las críticas y dudas, estas organizaciones son actores imprescindibles y moralmente buenos para la sociedad.

Este mecanismo nos permite además que todo aquello que vemos, sabemos y sentimos se pueda transferir, en el sentido de delegar, para que sea actuado por otros. Mantiene Žižek que “las más íntimas creencias, incluso las más íntimas emociones como compasión, llanto, pesar, risa se pueden transferir a otros sin perder su sinceridad” (Žižek, 1992:63). ¿Cómo? Mediante la representación y la mediación. La experiencia mediatizada y los mediadores de diverso signo despliegan los recursos necesarios para actuar a la manera del coro en las tragedias clásicas. A través de los mecanismos de enunciación enunciada, sus diversas figurativizaciones hacen las veces de ‘nosotros’ los espectadores y con su actuación resultan socialmente suficientes a la hora de cumplir con los requisitos que la mirada disciplinaria impone en el espacio público colectivo. Gracias a estas figuras, que anticipan, preparan y aportan la formación discursiva, solucionamos la cuestión falsamente moral, esto es, las obligaciones que la misma formación constituye. “Nosotros sentimos las emociones requeridas por medio del coro... (...) Aún cuando nosotros, los espectadores, estemos contemplando el espectáculo medio amodorrados, objetivamente...estamos cumpliendo nuestra obligación de compasión por los protagonistas (...) mientras podemos hacer uso de nuestro tiempo para asuntos más

provechosos” (Zizek, 1992:63). Los voluntarios, cooperantes o padrinos que narran su experiencia en los discursos de las ONGD, en cierto modo, son compasivos y solidarios por nosotros.

En el siguiente apartado nos ocuparemos de cómo las ONGD cumplen esta función, asumiendo el rol de sistema experto y de qué forma éstas sienten por nosotros y descargan en el fondo a los sujetos de la implicación efectiva, concreta y radical, de la co-responsabilidad que trae consigo la vida en común en un contexto internacionalizado. Como explicaremos, los rituales de solidaridad han creado una obligación afectiva que se resuelve en el marco de la experiencia espectacularizada de la solidaridad (salvando las distancias, puede relacionarse con la manera en que las risas enlatadas y los aplausos de los textos masivos prevén y realizan las reacciones de los espectadores). La solidaridad es un valor, implica también un sentimiento, pero al nivel en el que estamos trabajando, no se trata de un fenómeno espontáneo, sino de una cuestión que se actualiza y moviliza en los espacios de la mediación.

## 6.4 Estructuras de mediación<sup>478</sup>

El análisis del discurso solidario a través del género publicitario nos ha permitido describir la arquitectura enunciativa en los discursos en que las ONGD desarrollan su función de mediación. Esta dimensión discursiva será descrita y organizada desde la posición enunciativa propia del sistema experto. En primer lugar, esta forma de enunciación ubica en el espacio la red de posiciones principales:

- ⊙ Ellos (los que están necesitados) y nosotros (los sujetos solidarios que ayudamos);
- ⊙ nosotros (las ONGD) y vosotros (los sujetos que nos apoyáis);
- ⊙ vosotros (los sujetos que les apoyáis a través de los expertos) y ellos (los que os necesitan y agradecen la ayuda).<sup>479</sup>

En segundo lugar, se establecen entre estas posiciones las siguientes situaciones y relaciones de mediación:

- ⊙ Nosotros decimos lo que ellos necesitan (son, desean) y por eso les representamos.
- ⊙ Nosotros expresamos (gestionamos, regulamos) lo que vosotros sentís (deseáis, necesitáis) y por eso os representamos.
- ⊙ Vosotros y ellos os conocéis, estáis vinculados porque nosotros os representamos.

<sup>478</sup> Una versión anterior de este análisis fue publicada en Saiz Echezarreta (2008).

<sup>479</sup> ¿Y ellas?, ¿Y nosotras? Para un análisis sobre las relaciones de género y los discursos solidarios ver Saiz Echezarreta (2007).

Por último, las posiciones están dotadas de una caracterización figurativa básica a través de la cual se describe su esencia como actores:

- ⊙ Ellos (Ella y él) son otros (muchos e iguales)
- ⊙ Vosotros sois un tú (individual y singular)
- ⊙ Vosotros y nosotros somos uno (comunidad)

Estos enunciados parecen estar vacíos, en una primera lectura podrían interpretarse como meros referentes formales. Su densidad figurativa proviene, específicamente, de la conexión que se establece entre estos signos y otros que actúan como sus interpretantes, es decir, adquieren “cuerpo” en el proceso de semiosis, de dotación de sentido. Gracias a los procesos de traducción entre signos, códigos y órdenes de discurso diversos, los colectivos enunciados – en el sistema de pronombres- emergen, son posibles y pueden circular y definirse, esto es, quedar política y culturalmente situados.

Como hemos apuntado, habitamos una sociedad mediatizada en la que los medios de comunicación masivos vehiculan los discursos y ocupan un papel clave en la conformación y mantenimiento de horizontes de sentido compartidos. Al mismo tiempo, los medios están promoviendo la articulación de comunidades y sujetos de enunciación como los que han sido descritos. De estos colectivos parecen emerger públicos mercantilizados cuando atendemos a las comunidades de destinatarios ideales previstos por mencionados discursos en torno a los sujetos solidarios. No sólo el contexto cultural favorece la mercantilización, sino que también las lógicas comunicacionales implícitas en las reglas del género publicitario lo refuerzan. La pregunta que surge ante esta cuestión es si estos públicos o colectivos están también dotados de una dimensión política o si, tal vez, son capaces de adquirirla (o desarrollarla).

En las instancias de mediatización las ONG figurativizan de formas diversas tanto la institución en sí, como el tipo de relación que el usuario puede establecer con ella. Al mismo tiempo, como hemos mencionado, dibujan una representación del mundo compartido y los vínculos posibles entre el *nosotros* y los *otros* desiguales subalternos (alejados, pobres, infelices, racializados, excluidos, etc.). En su representación del mundo ocupa un lugar privilegiado la apelación a una norma moral, aquella que nos indica que como seres humanos somos responsables directos de la suerte de nuestros semejantes, incluso del prójimo lejano.<sup>480</sup> Las

---

<sup>480</sup> Como hemos explicado a lo largo de los capítulos anteriores, esta norma moral que funciona como *a priori* en este campo de discursos forma parte de un modelo de subjetividad cuyo origen podemos encontrar en las posiciones modernas ilustradas, caracterizado principalmente por: el narcisismo (Sennet, 1978), la individualización (Beck, 2003) y el sentimentalismo (Seoane, 2004); sin olvidar el lugar patriarcal, colonial y liberal capitalista desde el que dicho modelo emerge y desde el que se enuncia la pertenencia (y consiguiente exclusión) de una común ‘humanidad’.

ONGD canalizan esfuerzos y elaboran proyectos para solucionar el desfase que se produce entre este mandato social y nuestra capacidad de acción particular. En cierto sentido, el discurso solidario enuncia, al mismo tiempo, nuestra responsabilidad ineludible acerca de los otros y nuestra posibilidad de ‘deshacernos’ de la misma a través de la acción delegada: nos recuerdan nuestras obligaciones y, al mismo tiempo, la forma de ‘desatenderlas’.<sup>481</sup>

El interés de este análisis sobre la representación de las ONGD como delegados responde a la siguiente pregunta: ¿Puede una experiencia de mediación y mediatización de esta naturaleza superar la distancia, aparentemente insalvable, entre nuestra capacidad de acción y nuestro compromiso moral? ¿Puede la experiencia cultural solidaria replantear la inhibición del compromiso moral que acontece, según Bauman, por la desconexión existente entre las cotidianidades que enmarcan el espacio del deber y la acción moral del *nosotros* y de los *otros*?

El primer paso para poder valorar esta difícil cuestión es indagar sobre quiénes componen el elenco de los delegados disponibles y cuál es su ‘oferta’ de mediación. Entre los temas y tópicos, tanto reiterados como innovadores, aparecerán toda una gama de máscaras o respaldos a través de los cuales adquiere cuerpo el esquema de la arquitectura enunciativa, entre los cuales cabe mencionar: el yo ilustrado, ‘el lobby’ de los expertos desarrollados, la ‘sociedad civil global’, ‘el movimiento social’, ‘la organización solidaria’; aparecen incluso entidades abstractas como ‘la solidaridad’, ‘la conciencia’, ‘el deber’, etc. Unos reiteran y recitan tópicos post-coloniales, patriarcales, capitalistas y sentimentalistas, mientras que otros promueven actores internacionalizados y activan con ello preocupaciones, alianzas y vínculos hasta ahora desconocidos o, al menos, minoritarios. Sean voces encarnadas en actores definidos o no, en todos los casos estamos ante un tipo de enunciación política por la emergencia de modelos de colectividad que aspiran a habitar el espacio público.

Las representaciones de los delegados pueden ser descritas en un eje tensional que va desde la mayor generalidad, abstracción y/o multiplicidad hasta el grado máximo de singularidad e individualización. En esta línea, podemos referirnos sin ánimo de exhaustividad a las siguientes figuraciones que respaldan las posiciones del *nosotros*:

© Nosotros delegados somos: organizaciones, expertos y/o testigos.

<sup>481</sup> La importancia de esta segunda función –dar vía a nuestra afectividad solidaria y forma a nuestras relaciones con los otros– puede corroborarse a la vista del porcentaje que suponen los proyectos del sector no gubernamental en comparación con el conjunto del sistema de cooperación internacional. Los datos sobre la distribución de la cooperación española correspondientes a 2007 indican que las subvenciones a las ONGD alcanzan un 15% del total de la Ayuda Oficial al Desarrollo, según el Informe de Seguimiento de la CONGDE (2007).

- ⊙ Nosotros como individuos somos miembros de un movimiento social, parte de una comunidad de pertenencia, ciudadanos consumidores, gente como tú –colectividad indefinida a la que tú puedes pertenecer- o también podemos ser otro individuo igual a ti.
- ⊙ Nosotros como portavoces somos: la voz de los sin voz, la voz de la ciudadanía global, la voz de la conciencia, la voz de la solidaridad.

Si estos mediadores precisan encarnarse mediante ejes de singularización y colectivización; también lo hacen adquiriendo formas de personificación tales como:

- ⊙ La voz de una conciencia, personal y colectiva, que conoce el núcleo sentimental y moral de la esencia humanitaria y, por ende, humana.
- ⊙ La figura del héroe, encarnada en voluntarios y cooperantes que superan pruebas con sacrificio y demuestran con ellas esta conciencia en acción.
- ⊙ La presencia del testigo directo, aquél que narra el presente, pero también es capaz de prever el futuro.
- ⊙ Los expertos profesionales y los actores institucionalizados que trabajan en el campo de la cooperación internacional.
- ⊙ El tú que habla a un yo semejante, al que propone un vínculo íntimo, una identificación, generalmente de orden afectivo.
- ⊙ La voz de un nosotros que identifica un colectivo específico al que el tú puede pertenecer, por religión, nación, posición política, valor moral, etc.
- ⊙ El espacio de los ciudadanos solidarios que conforman un nosotros consumidores.
- ⊙ La voz de una ciudadanía global como aspiración de un nuevo movimiento social.

¿Qué comparten estos mediadores con sus sujetos destinatarios en este campo de discursos? Mediadores y destinatarios habitan un tiempo de lo abierto, de lo posible y del futuro, un tiempo presente de acción e intervención. Un eje temporal que se desarrolla en el espacio de lo definido, organizado, institucional y tecnológico. En resumen, un eje espacio-temporal de lo avanzado, desarrollado y de lo competente, así como de lo implicado, conmovido y concienciado. Esta representación se da en contraste con el eje espacio-temporal ocupado por los *otros*.

Ambos participan de la posición enunciativa del *nosotros*, movilizan la comunidad de los sujetos políticos, morales y sentimentales de referencia, desde la posición hegemónica de un sujeto desarrollado, blanco, burgués, varón, consumidor, ciudadano, con capacidad para compadecer, esto es, empatizar y enternecerse. Capaz, en definitiva, de solidarizarse con los



otros. Esta posición enunciacional hegemónica recoge valores característicos de la estructura de sentimiento y la subjetividad contemporánea. Entre ellos destacan: el narcisismo, la autenticidad, la transparencia y la necesidad de confesión; el altruismo egoísta, la individualización recíproca y el consumo; la interculturalidad no conflictiva, esto es, la estatización de las diferencias, y otros como, la responsabilidad o la conciencia informada sobre el mundo, cuestiones que no podemos desarrollar aquí. Estos valores están asociados a sentimientos morales de signo diverso, en ocasiones, incluso contradictorios. Nos referimos a sentimientos como la culpa, la compasión, la indiferencia, la indignación, el amor, el poder, el asco y el desprecio moral, el orgullo o la autosatisfacción; todos ellos se despliegan como recursos estratégicos en este tipo de discursos.

Veamos con algunos ejemplos cuales son las estrategias discursivas a través de las cuales se articulan algunos aspectos de lo que hemos mencionado hasta el momento:

### 6.4.1 Nosotros sabemos y por eso os representamos

#### a) Expertos en progreso



**Figura 230 Manos Unidas (2003)**<sup>482</sup>

La identificación entre conocimiento experto y ONGD en este anuncio de Manos Unidas (Figura 230) queda evidenciada mediante el empleo del conocido icono fotográfico, una imagen simbólica sobre el progreso y la ciencia, también por la alusión a su quehacer técnico –los proyectos- y a la experiencia acumulada a través de los años. El destinatario en este caso es una fuente de apoyo, un soporte necesario para el trabajo de los expertos, quienes se harán cargo de tareas tan alejadas de los profanos como pisar la luna o, por supuesto, “darle la vuelta al mundo”. La organización construye una identidad institucionalizada y distanciada con respecto a otro tipo de estrategias

personalizadoras, que veremos más adelante.

<sup>482</sup> “Manos Unidas. 43 años dándole la vuelta al mundo. El mundo celebra la llegada del hombre a la luna. 1969. Manos Unidas trabaja ya en su proyecto número 100 para erradicar el hambre gracias a ti.”

### b) Testigos competentes

Anesvad (Figura 231) también recurre aquí a una voz institucionalizada, un nosotros singular, que le permite figurativizarse como testigo privilegiado de lo que sucede en otras realidades. Anesvad desarrolla un discurso meta-comunicativo, se presenta a sí misma como una fuente de información que compite con los medios de comunicación desde los propios medios de comunicación, puesto que, como comentábamos, es a través de la mediatización como se adquiere el conocimiento acerca de estos *otros*. Su función como testigo verosímil de la realidad queda reforzada por su identidad constitutiva como agente de transformación, es decir, da a ver y afirma tener poder para producir el cambio. Un poder asociado a la supervivencia y a la heroicidad: gracias a la mención del rescate. La función del destinatario queda de nuevo especificada: delegar y confiar en la labor del sistema ofreciendo los recursos a su alcance, básicamente, los monetarios. También en este caso está implícita la idea de aportar gestión eficaz y conocimientos especializados que se recuperarán de nuevo en el siguiente anuncio.



Figura 231 Anesvad (2007)<sup>483</sup>


### c) Gestores eficientes

Este anuncio de Ayuda en Acción (Figura 232) presenta una argumentación parecida a los anteriores, en este caso la estrategia de legitimación expone la cuenta de resultados. Se emplea la retórica de las cifras como evidencia del saber hacer. Este anuncio es, por otra parte, una representación de la publicidad en cuanto punto de acceso al sistema experto al abrir una ventana para que los destinatarios comprueben, con el ejemplo visual, que lo que se enuncia verbalmente es cierto –dado que la veracidad de la fotografía se presume en la publicidad social-. Los destinatarios están calificados por su posición respecto a los ideales de transformación social y solidaridad que se presuponen patrimonio del enunciador.

<sup>483</sup> "El trabajo sexual es un destino marcado para muchas niñas del sudeste asiático. Ayúdanos a cambiar esa realidad."

Si eres soñadora o idealista el mediador te proporciona una utopía; si eres inconformista tiene las herramientas para la transformación; si eres incrédulo o exigente te convence rindiendo cuentas de la labor desarrollada, según los distintos anuncios que componen esta campaña. La organización, un actor social plural, gestiona los valores y expectativas de los individuos que deseen, por una razón u otra, defender los derechos de personas. El delegado nos ofrece una manera de estar 'juntos' como una comunidad de intereses y de sueños, pero no de acción colectiva, sino de acción individual a través del apadrinamiento,<sup>485</sup> una herramienta que convierte, gracias a la experiencia acumulada y al conocimiento de la ONG, lo soñado en posible.

**BIENVENIDO EL  
INCRÉDULO**



Y el idealista, la inconformista, el soñador, la exigente... Bienvenido seas como seas. En Ayuda en Acción llevamos más de 25 años demostrando que la solidaridad da resultados: más de 2.500 unidades de salud, más de 12.100 escuelas, más de 72.000 maestros capacitados, más de 75.000 microcréditos, más de 3.500 sistemas de agua potable... Y juntos defendemos los derechos de más de 3.000.000 de personas. Pero queda mucho por hacer.

**Apadrina un niño** y participarás en el desarrollo de su comunidad

**CON TU AYUDA ES POSIBLE**


  
www.ayudaenaccion.org  
902 402 404

Figura 232 Ayuda en Acción (2008)<sup>484</sup>

<sup>484</sup> "Bienvenida la soñadora. Y el idealista, la inconformista, el incrédulo, la exigente... Bienvenido seas como seas. En Ayuda en Acción llevamos más de 25 años demostrando que la solidaridad da resultados: más de 72.000 maestros capacitados, más de 12.100 escuelas, más de 2.500 unidades de salud, más de 40.000 partidas de nacimiento y documentos de identidad tramitados... Y juntos defendemos los derechos de más de 3.000.000 de personas. Pero queda mucho por hacer. Apadrina un niño y participarás en el desarrollo de su comunidad. Con tu ayuda es posible."

<sup>485</sup> Sin embargo, según una portavoz de Ayuda en Acción, el apadrinamiento es algo más que la aportación monetaria, para ellos es el establecimiento de un vínculo solidario. No obstante, este vínculo, en nuestra opinión, no abandona el plano de la acción individual. Según Ayuda en Acción: "Impulsamos el reconocimiento y el ejercicio de los derechos humanos, y el derecho a una identidad cultural propia, y por eso es por lo que en Ayuda en Acción, a través del vínculo solidario, impulsamos la relación directa entre personas y colectivos de diferentes países en el Norte y del Sur. (...) El apadrinamiento es un instrumento más del vínculo solidario, es la relación que se crea entre el donante y el niño, su familia y la propia comunidad. (...) El vínculo solidario, y por lo tanto el apadrinamiento, es un medio más que el donante tiene para conocer y entender el trabajo de las organizaciones de cooperación al desarrollo, y a la vez es un medio para conocer e involucrarse con la realidad del Sur. (Entrevista Marta Macia, La Magalla nº9, 2007)

## 6.4.2 Nosotros decimos lo que ellos necesitan y por eso les representamos

### a) La voz de la conciencia

La representación de la instancia de mediación desaparece en este ejemplo de INUVE, donde no hay apenas espacio para la enunciación enunciada. Aquí se trata de reconstruir el vínculo íntimo emocional de la manera más directa posible, tarea en la que el rostro de este niño, como en tantos otros casos, ocupa un lugar central. La apelación a la dependencia de los niños reconstruye una voz enunciativa que se equipara a la voz interior del propio destinatario, es decir, se produce la explicitación del sentimiento solidario compasivo a través de la representación del otro necesitado.

El mediador no sólo da a conocer a los otros, los visibiliza, sino que a través de sus representaciones habla de lo que necesitan y sienten, como vimos en el análisis de los cronotopos. Una vez movilizados los afectos se ofrece la posibilidad de ejecutar el vínculo a través de la mediación, delegando la acción gracias a la donación monetaria que se traduce en ayuda concreta primero (Kilo de ayuda) y futuro (vida y supervivencia) después (Figura 233).

En virtud de la dinámica interdiscursiva, en estos textos está presupuesta la preocupación y ocupación de las organizaciones sobre las condiciones miserables de los otros y su capacidad y competencia para actuar sobre éstas.

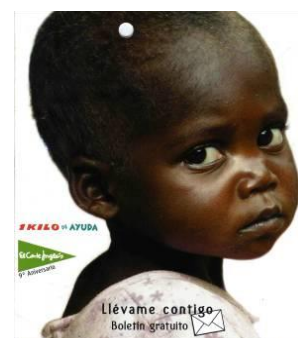


Figura 233 INUVE  
(2007)<sup>486</sup>

### b) El diálogo de tú a tú

En el anuncio de ACNUR (Figura 234) observamos cómo un organismo internacional ha inscrito la mediación en un modelo de conversación de tú a tú. Pero el tú del delegado no es un igual, es un tú que conoce y reconoce a los refugiados, no sólo sabe cuál es su estatus sino que es capaz de identificarlos. Se convierte en un sujeto competente y necesario para el destinatario ya que si éste quiere evitar 'situaciones' desagradables tendrá que fiarse del mediador para saber cómo actuar. La valorización de la figura del refugiado pasa por igualar la

<sup>486</sup> "1 Kilo de ayuda. Llévame contigo. Boletín gratuito."

apariencia, en cuanto ser humano idéntico, y diferenciar sus emociones y expectativas que sólo el mediador conoce (siente miedo y deseo de regresar<sup>487</sup>).



Figura 234 Acnur (2006)<sup>488</sup>

<sup>487</sup> Esta mención al deseo de volver a su hogar persigue diferenciar la figura del refugiado de la del inmigrante, procurando desactivar argumentativamente la reticencia de los autóctonos frente a los que vienen para quedarse, al tiempo que niega la conexión existente —social y legal— entre ambas figuras.

<sup>488</sup> “Parásito, criminal, basura, cerdo, escoria, delincuente, gorrón, apestoso, holgazán, refugiado, tú, yo. ¿Cuál es la diferencia? Son palabras feas. Más chocantes cuando las ves escritas. Pero todas demasiado comunes si tienes la desgracia de ser un refugiado. Espera. Y ¿por qué estamos tú y yo? ¿No son todas las figuras idénticas? Si, absolutamente todas. Lo ves: los refugiados son como tú y como yo. Entonces ¿Cuál es la diferencia? En realidad una sola: el miedo. Mientras tenemos nuestras casas seguras, nuestros derechos garantizados, ellos se han visto obligados a huir de su país a causa de la persecución o de la guerra, han dejado atrás todo lo que tenían y sus derechos han sido aniquilados por la violencia y el odio. Sus vidas han sido constantemente amenazadas. Por eso han tenido que huir de su país. Por eso son refugiados. Está claro que quieren volver a sus casas ¿Quién no? Pero es aún demasiado peligroso y de momento debemos seguir ayudándoles. Entonces por favor no les pongas mala cara. Al contrario, haz lo posible para que no se den situaciones donde las víctimas son los refugiados”.



Un tú que apela al deseo común y normal (*¿Quién no?*) y a la obligación moral del *nosotros* (*debemos seguir ayudándoles*) que presenta básicamente una orientación afectiva (*no les pongas mala cara*). En otros anuncios de esta campaña se dice que no podemos devolver a los refugiados lo que les han quitado –sin especificar quién–, pero sí podemos ejercitar nuestra empatía, imaginar cómo nos sentiríamos y devolver una sonrisa. Nos queda una pregunta tras la lectura de este anuncio, que retomaremos en las conclusiones: ¿Qué potencial político tiene este tipo de sonrisa?

### 6.4.3 Vosotros y ellos os conocéis, porque nosotros os representamos

#### a) Héroes y cooperantes

En este texto de Médicos Sin Fronteras (Figura 235) se figurativiza al mediador como un experto cooperante –profesional sanitario– que atiende a los otros necesitados, de los que nosotros somos responsables moralmente por su condición compartida como seres humanos. Una común humanidad representada, por ejemplo, por los juguetes “Lego” del anuncio anterior, unos muñecos, por otra parte, típicamente europeos. Están aquí tematizados los obstáculos que el contexto internacional impone a la atención humanitaria, al que se añade otra barrera de orden afectivo y moral: la indiferencia de los destinatarios. Más adelante volveremos sobre la cuestión de la distancia, la capacidad de acción y la inhibición moral. Por el momento, queremos destacar cómo en este texto la falta de colaboración y la indiferencia de los destinatarios frente a la ONGD presuponen una distancia aún mayor con respecto a los *otros*. Si, por el contrario, aceptamos la mediación podemos ubicarnos tras la cooperante que aparece en la fotografía y participar del espacio solidario que ésta es capaz de articular como representante delegada. Además este texto retoma parte de las argumentaciones expuestas por Castells sobre la capacidad de las ONG de hacerse cargo de asuntos que están quedando al margen de las competencias de los estados-nación.



Figura 235 MSF (2007)

La estrategia de legitimación consiste en enunciar como verosímil la creación de una red a través de la cual el sistema experto es capaz de actuar donde y cuando sea, con inmediatez e independencia de otros poderes, una flexibilidad que facilita a los destinatarios la experiencia del re-anchaje.

#### 6.4.5 Nosotros expresamos lo que vosotros sentís y por eso os representamos

**Compra con cabeza**  
**Comprar comercio justo asegura:**

- ✓ salarios para una vida digna
- ✓ la no explotación infantil
- ✓ la igualdad entre hombres y mujeres
- ✓ el respeto al medio ambiente
- ✓ derechos sociales

Busca tu tienda de Comercio Justo  
**902 330 331**  
[www.intermonoxfam.org](http://www.intermonoxfam.org)

“Si no defendiera un comercio más justo, no sería **IO**”  
 María, compradora de regalos de comercio justo.

“Estamos contribuyendo a que puedan vivir dignamente como artesanas”  
 Pilar, compradora de comercio justo.

**¿Sabes lo que compras?**  
 > yo compro comercio justo,  
 yo ayudo a cambiar el mundo

**Intermón Oxfam**  
 Soy **IO**

Figura 236 Intermón Oxfam (2007)<sup>489</sup>

Estos ejemplos presentan el modo en el que el discurso de las ONGD cita la voz del ciudadano, y se refieren a modos de estar juntos que remiten a los límites y fronteras de la pertenencia nacional y/o global frente a otras dinámicas de identidad que basan la diferencia en estilos de vida más o menos restringidos. El discurso sigue orientado a la definición de un estilo de vida, mediado por el mercado, pero en esta ocasión se acompaña de una vocación de globalidad, responsabilidad y una apelación a la dignidad como un atributo construido. Si bien en los siguientes anuncios el discurso de las ONGD conecta con una noción de la ciudadanía activa que apela a la participación y a conceptos como el bien común y la responsabilidad compartida, al mismo tiempo se sustenta sobre lógicas y dinámicas de la tradición liberal

<sup>489</sup> “Compra con cabeza. Comprar comercio justo asegura: salarios para una vida digna; la no explotación infantil; la igualdad entre hombres y mujeres; el respeto al medio ambiente; derechos sociales. ¿Sabes lo que compras? Yo compro comercio justo. Yo ayudo a cambiar el mundo. “Si no defendiera un comercio justo, no sería IO.” “Estamos contribuyendo a que puedan vivir dignamente como artesanas.”



ilustrada, que se encuentran lejos de estos ideales sobre participación colectiva y se ubican en posiciones discursivas más afines al individualismo y el sentimentalismo, tal y como hemos mencionado.

### **a) Ciudadanos consumidores**

Este texto de Intermon Oxfam (Figura 236) es un ejemplo de cómo en el espacio solidario se produce la convivencia de valores contradictorios. Por una parte, la solidaridad y la búsqueda de relaciones más justas; por la otra, una afirmación del narcisismo y del consumo. Aunque este aspecto es sumamente interesante, lo que nos ocupa en este punto es la manera en que se presentan los delegados y cómo en este texto ceden la palabra a los ciudadanos consumidores.

Las mujeres fotografiadas son personas con las que el destinatario puede identificarse de forma directa, que le proponen patrones de consumo alternativo y aportan las razones para sostenerlo. Son unas figuras dobles de enunciación enunciada, participan en cuanto *alter ego* del enunciador y del destinatario. Por la parte del enunciador las mujeres representadas realizan una doble tarea de mediación, ya que no sólo pueden defender la labor de la ONG – tiendas de comercio justo- sino que también pueden hablar en nombre de las *otras*, las desfavorecidas (ponerse en su lugar e identificarse) y mostrar su realidad (ser testigos de cómo trabajan). Al mismo tiempo, como *alter ego* de los destinatarios, son modelos ideales de identificación cargados de valores positivos.

Esta es una estrategia, común en la publicidad, que persigue la profundización de las relaciones de confianza dejando que clientes ya convencidos hablen a los destinatarios potenciales. La posibilidad de acción para el destinatario es clara: el consumo individual que genera una comunidad de consumidores comprometidos con un modelo de comercio alternativo.

### **b) Ciudadano político: un tú con otros**

La principal diferencia de este texto con respecto a los anteriores es que en éste la organización se figurativiza como una voz de crítica política compartida con los ciudadanos, no sólo dentro de los límites del estado nación, sino como ciudadanos de un mundo internacionalizado. Por eso, no sólo es viable sino también necesario, desde el punto de vista del enunciador, retorcer el sentido común: hacer decir a quien no lo dice, lo que debería estar diciendo y defendiendo. ¿Quién pone en boca de los responsables la denuncia? La mediación

opta aquí por desaparecer y ceder la voz al *nosotros* colectivo. El *nosotros* político está movilizado por la referencia a estructuras políticas, aunque la articulación de este espacio colectivo no abandona la apelación singularizada propia de la publicidad: *el poder de tu voz* (Figura 237). Aunque, esta incorporación singularizada sugiere un desplazamiento con respecto al yo que hemos visto movilizado por Intermón Oxfam, ya que en este anuncio de AI tiene la intención de superar las limitaciones impuestas por la democracia representativa y las lógicas mediáticas imperantes, promoviendo la reapropiación del discurso político a favor de la denuncia y la crítica por parte de los ciudadanos.



Figura 237 Amnistía Internacional (2008)<sup>490</sup>

<sup>490</sup> “Ninguna mujer volverá a ser lapidada en mi país. El poder de tu voz”.



Figura 238 CONGDE (2006/2007)<sup>491</sup>

Como hemos visto en otros ejemplos, las ONG emplean estratégicamente un meta-discurso acerca de la comunicación mediática: referencia a acontecimientos mediáticos, uso de pantallas, reproducción de escenarios comunicativos, etc. Esta dimensión meta-discursiva nos pone en contacto con la hegemonía de las lógicas mediáticas en la comunicación solidaria que mencionamos al comienzo de este apartado: al tiempo que con ella se tematiza, por parte de los enunciadores, la importancia de las representaciones en esta área de acción social y la relación no exenta de conflictos que éstos mantienen con las dinámicas propias de los

medios de comunicación de masas, frente a las cuales querrían posicionarse como una voz diferente.

### c) Ciudadanía global: un nosotros en formación

Por último, destacamos la campaña de la Coordinadora de ONGD Española: Pobreza Cero (Figura 238). En ésta campaña aparece claramente movilizado un *nosotros* colectivo del que el enunciador forma parte con otros muchos: 1.100 millones de personas, y no sólo en un mundo formado por los países ricos; una generación de ciudadanos que habitan un mundo globalizado. Se trata de un *nosotros* como miembros de estados nacionales cuyas estructuras políticas y sociales tienen poder de decisión e influencia en el estado del mundo. La propuesta que se hace a los destinatarios es presionar a los gobiernos y para ello, en la misma línea del anuncio anterior de Amnistía Internacional, recuperar la voz y la crítica política. La alternativa es movilizarse con nosotros y con los otros, ya no movilizarse por los otros.

El camino que recorre la mediación solidaria hasta llegar a esta campaña puede interpretarse como un proceso de repolitización en el que tiene cabida un *nosotros* no sometido, al menos por completo, al saber hacer del sistema experto. Estos desplazamientos discursivos afectan al

<sup>491</sup> “Los líderes mundiales se comprometieron a cumplir los objetivos del milenio y tienen que responder a nuestra llamada. Porque somos la primera generación capaz de erradicar la pobreza, únete a la movilización global y presiona para que 1.100 millones de personas tenga una respuesta. Presiona ‘Pobreza Cero’ ‘Ahora es posible.’”

proceso de construcción e integración de los sujetos en el posicionamiento enunciativo de un *nosotros* global; posicionamiento que, desde nuestro punto de vista, resulta hoy imprescindible en la articulación del espacio público y político. Según Norbert Elias (1987), esta paulatina integración social en esferas de pertenencia cada vez mayores no sólo requiere de una dimensión cognitiva, es decir: pensarse parte, sino que, y sobre todo, estará determinada por la dimensión ética y afectiva, esto es: sentirse parte. De ahí, la importancia de la comunicación solidaria en la construcción de vínculos afectivos con los *otros*.

## 6.5 Mediación e interpasividad

La consolidación del saber experto como modelo de acción social tiene consecuencias: “Si los problemas sociales son transformados en problemas técnicos, habría una y sólo una solución. En lugar de una decisión política entre distintos objetivos sociales posibles, se trataría de una solución tecno-científica acerca de los medios correctos para lograr una finalidad prefijada. Para ello es posible prescindir del debate público; no cabe someter un hecho técnico o una ‘verdad científica’ a votación. El ciudadano termina reemplazado por un experto” (Lechner citado por Martín Barbero, 2004:224).

Los asuntos que atañen a la solidaridad, la injusticia y la desigualdad no siempre han sido considerados asuntos técnicos<sup>492</sup>. Más allá de esa perspectiva técnica, el sistema experto de las ONG no palia ni soluciona el problema de la responsabilidad y del impulso moral que nos afecta como personas que aspiran a ampliar los horizontes de un espacio común. En ciertos aspectos dicho modelo tecnificado podría, incluso, estar obstaculizando el surgimiento de agenciamientos políticos con capacidad emancipatoria, al establecer límites al debate mediante la configuración de un espacio discursivo consensual<sup>493</sup>. Las prácticas discursivas que caracterizan a la experiencia cultural mediatizada de la solidaridad parecen estar colonizando el compromiso –moral y político–, un espacio de acción que debería ser radicalmente singular<sup>494</sup>, en el sentido de su capacidad de potenciar una reapropiación por parte de los sujetos para participar, sentir, actuar y reflexionar desde lo político.

<sup>492</sup> La sociedad disciplinara descrita por Foucault marcaría la consolidación de un proceso iniciado en la época ilustrada por el que la cuestión social y la desigualdad se van convirtiendo paulatinamente en un asunto sobre la gestión de poblaciones y específicamente de control y regulación de las poblaciones pobres y excluidas.

<sup>493</sup> Utilizamos la idea de espacio consensual en la línea descrita en la tesis doctoral de María José Sánchez-Leyva: La construcción discursiva del espacio público. Sentido, argumentación y consenso (Universidad Complutense, 2003).

<sup>494</sup> “Para Simondon, contrariamente a lo que afirma un sentido común disforme, la vida de grupo es el momento de una ulterior y más compleja individuación. Lejos de ser regresiva, la singularidad se pule y

Según Bauman (2003), los sujetos en el contexto contemporáneo estamos ubicados en un tiempo de urgencia en el que impera la obligatoriedad de actuar frente a la precariedad extrema; pero, a la vez, estamos situados en un espacio desde el que es estructuralmente imposible llevarlo a cabo si no es a través de los actores intermedios, puesto que nuestros modelos remiten a un tipo de acción individualizada (aislada y fragmentada en un sentido liberal). Esta situación estaría promoviendo un importante grado de indiferencia moral, justificado por la supuesta impotencia individual.

El sistema experto de las ONGD constituye una respuesta frente a esto. Nuestra hipótesis es que esta mediación –intensiva y exhaustiva– es a su vez uno de los factores explicativos del auge de esta indiferencia moral, puesto que permite que las responsabilidades de los sujetos –interpelados por el discurso de la solidaridad– se vean diluidas y con capacidad para ser eludidas. El proceso establecido por este sistema experto facilita que sea relativamente fácil desembarazarse del sentimiento de culpa<sup>495</sup> frente al sufrimiento de *otros* –un poco menos humanos–, llegando a posibilitar, al contrario, un cierto grado de auto-satisfacción.

El dispositivo enunciacional institucionalizado a través de la comunicación publicitaria de las ONGD permite que estas organizaciones sean solidarias por *nosotros*; regulando la figuración de un sujeto interpasivo (Zizek, 1998) que siente y actúa por *nosotros*, poniendo a nuestra disposición un ‘llanto’ ritualizado –expresión de un modo de sentir– que, a tal fin, se ha delimitado como experiencia solidaria. Y no sólo hay lugar para el llanto, también para la risa enlatada, para la ‘sonrisa’ placentera del compartir la pertenencia a una comunidad de individuos con buenos sentimientos. Ceder humanidad y hacerlo sintiendo (llorando y sonriendo) es parte de lo que nos permite el discurso de la solidaridad. Adecuarnos a este sujeto interpasivo supone el secuestro de nuestra experiencia en forma de espectáculo<sup>496</sup>, asumir una solidaridad consumida en la que tiene lugar un reencuentro con nuestro deseo de ser morales, si bien como un deseo de encuentro con *otro* serializado y ritualizado, es decir,

---

alcanza su apogeo en el actuar conjuntamente, en la pluralidad de voces; en una palabra, en la esfera pública. Lo colectivo no perjudica, no atenúa la individuación, sino que la persigue, aumentando desmesuradamente su potencia. (Citado por Paolo Virno en *Multitud y principio de Individuación*, [http://www.sindominio.net/arkitzean/multitudes/virno\\_multitud.html](http://www.sindominio.net/arkitzean/multitudes/virno_multitud.html))

<sup>495</sup> Quizá un desplazamiento estratégico desde el sentimiento de culpa hacia la movilización de la vergüenza podría ser un camino en la búsqueda del impulso moral y la responsabilidad, sin embargo la vergüenza es un sentimiento moral que difícilmente tendrá cabida en el marco de una experiencia mediatizada por la publicidad.

<sup>496</sup> Este espectáculo puede definirse como una “carnavalización mercantilizada”, ya que pese a proclamar su deseo de alteración del orden social imperante, sus transformaciones son controladas y ritualizadas gracias a mecanismos mercantiles (tiempos publicitarios, fiestas, eventos, conciertos, etc).

controlado. Es éste un mecanismo de auto-inscripción en un orden simbólico que nos desposee<sup>497</sup>.

Este desalojo de nuestra experiencia expresa nuestra impotencia moral como una atrofia paradójica. Si, como decía Bauman, nos sentimos incapaces de asumir nuestros compromisos morales por la imposibilidad de una acción individual, la mediación del sistema experto la agudiza, al tiempo que nos facilita, precisamente, un tipo de participación en la que se recupera y comparte la ilusión de control, de libertad plena y pertenencia a la comunidad de sujetos competentes, con poder y voluntad (fantasía capitalista por excelencia). Las estrategias discursivas elaboradas por las ONGD no sólo buscan la legitimación de un modelo de cooperación para el desarrollo, sino también la de un tipo de relación con los *otros* (individualizado, liberal y mediado por expertos) que precisa, además, un repertorio afectivo específico (hedonista, narcisista y compasivo).

La articulación del espacio público y político se ve afectada por estas dinámicas de exclusión en las que la política queda reducida a la gestión responsable de intereses. Según Rancière, las consecuencias de estas dinámicas ‘expertas’ son: la negación de la capacidad de la mayoría en beneficio de los expertos, como ya comentamos; y la imposibilidad de la comunidad de simbolizarse políticamente, creando una barrera indefinida y rigurosa entre los que están dentro y fuera. Para Rancière, la solución no reside en una lucha contra la exclusión, en los términos habituales, es decir, en reparar fracturas sociales o preocuparse por individuos y grupos desheredados, sino en reedificar un espacio público dividido y restaurar competencias iguales (Rancière, 2005b:62). La finalidad de esta estrategia sería hacer entrar en crisis el poder de los expertos y perseguir la reapropiación de los espacios que han sido mediatizados y han cedido a la conformación del ‘consenso’, no sólo político sino también afectivo y moral. “La lucha alter-mundista apela sin duda a la creación gestual e icónica, pero sin haber suscitado formas de iconografía o de *performance* destinadas a simbolizar la lucha contra un inasequible gobierno mundial de la riqueza” (Rancière, 2005b:57).

Esto, en nuestra opinión, requiere no sólo la búsqueda de otras lógicas mediáticas, sino fundamentalmente de nuevos espacios de mediación. Rancière dirá que no se trata de aportar nuevos datos que contrarresten aquellos sobre los que está construido el consenso actual, sino

---

<sup>497</sup> Frente a esta manera de participar en la experiencia colonizada, Bajtin defenderá que: “El pensamiento participativo es justamente una concepción emocional y volitiva del ser en cuanto acontecer en su unicidad concreta, sobre la base de la no coartada en el ser, es decir, se trata de un pensamiento performativo, en el sentido de remitir al yo en cuanto actor singularmente responsable por el acto” (Bajtin, 1998:52).

de indagar en nuevos dispositivos de ficción que apunten a un reparto diferente y a una comunidad (otra) del sentir (Rancière, 2005b:77). Reelaborar una comunidad emocional, política y ética es apostar por otro reparto de lo sensible, por modos diferentes y creativos de construir experiencia y figuraciones habitables.

No debemos olvidar que todo proceso socio-discursivo es polifónico y heterogéneo y actualmente, como hemos podido ver en el análisis, no todas las voces y posicionamientos enunciativos en el discurso de las ONGD son iguales, ni apelan al mismo *nosotros*. Quizá algunas de ellas estén apostando por esa reelaboración.

La mediación es inevitable para el sentido pero ¿lo es también la mediatización en la sociedad actual? Como ha podido comprobarse a lo largo del capítulo no deseamos plantear respuestas contundentes al respecto, sólo tratar de ver en qué medida empobrecimiento y enriquecimiento son movimientos dialécticos en el campo de la experiencia mediada, según los explicó Benjamín, en *Experiencia y pobreza* (1933). “Pobreza de la experiencia: no hay que entenderla como si los hombres añorasen una experiencia nueva. No; añoran liberarse de las experiencias (...) Nos hemos hecho pobres. Hemos ido entregando una porción tras otra de la herencia de la humanidad, con frecuencia teniendo que dejarla en la casa de empeño por cien veces menos de su valor para que nos adelanten la pequeña moneda de lo «actual»”. Ciertamente es que delegamos espacios que pertenecen al campo de nuestro desarrollo ético y político, incluso permitimos la gestión del ‘capital simbólico emocional’. Pero esa entrega de la experiencia propia no supone su total anulación, sino el paso a otro estadio, eso sí, incierto, porque puede generar destrucción o innovación. Los sujetos pueden apropiarse de “lo nuevo como cosa suya” y fundamentarlo como pueden “en atisbos y renuncia”. Esta apropiación es la manera que tiene la humanidad de sobrevivir, “si es preciso, a la cultura”. “Y lo que resulta primordial, lo hace riéndose. Tal vez esta risa suene a algo bárbaro. Bien está. Que cada uno ceda a ratos un poco de humanidad a esa masa que un día se la devolverá con intereses, incluso con interés compuesto” (Benjamín, 1933).





**7**

# **Tópicas sobre el sufrimiento a distancia**



## 7.1 Las instancias de mediación en el régimen de justicia

Las tópicas discursivas son, como vimos en el capítulo II, arquitecturas enunciacionales y recorridos narrativos; de forma más sencilla también podemos definir las, a partir del trabajo de Boltanski, como aquel conjunto de argumentos que pueden movilizarse en un litigio en el que estén implicadas las cuestiones que afectan a dicha tópica. A lo largo de este capítulo analizaremos dos tópicas discursivas como maneras diferentes y complementarias de experimentar la contemplación del sufrimiento a distancia. En ellas la posición de víctima, del sujeto que sufre y de su dolor, es central y sirve como punto de anclaje para desarrollar representaciones que, en el ámbito de la solidaridad analizado, resultan ser híbridas a medio camino entre el sentimentalismo y la denuncia.

En su obra *La souffrance à distance* (1993), Boltanski desarrolla los recorridos tópicos a través de tres modelos; de la tópica estética nos ocupamos en el capítulo anterior, en este abordaremos la tópica sentimentalista y la tópica de la denuncia<sup>498</sup>. Resumimos la arquitectura enunciacional básica de todas ellas en el siguiente cuadro:

<b>Tópicas</b>	<b>Estética</b>	<b>Sentimentalista</b>	<b>De denuncia</b>
<b>Actantes</b>			
<b>Enunciador</b>	Pintor del horror	Subjetividad humana narcisista	Posición imparcial y distanciada
<b>Destinatario</b>	Espectador con coraje	Benefactor feliz	Actor indignado
<b>Objeto</b>	La belleza en el dolor	El desafortunado agradecido	El infeliz ultrajado y el responsable acusado
<b>Experiencia</b>	Aguantar el estar horrorizado	Conmoverse y expresarlo	Indignarse y determinar responsabilidades
<b>Escena</b>	Lo horrible	La intimidad emocional	La injusticia
<b>Orientación sentimental</b>	Sublimación	Compasión	Indignación

**Figura 239 Elaboración propia a partir de Boltanski (2000)**

<sup>498</sup> La elección o activación de una tópica u otra por parte de los espectadores no es un asunto de plena libertad, aunque tampoco algo que esté por completo predeterminado, en el sentido de que esté inscrito ideológicamente y los públicos no tengan frente a ello capacidad de agencia. La tópica ofrece instrucciones, orienta los recorridos y refuerza los hábitos, pero todas las lecturas son dinámicas y heterogéneas.

Estas dos tópicos describen diferentes modos de transmitir qué sucede ante el espectáculo del sufrimiento a distancia. Sirven para hacer comunicables y poner en común las experiencias emocionales suscitadas, diseñan sensibilidades comunes, relativamente estables (Boltanski, 1990:87), sobre las cuales basar acuerdos entre personas que reconocen como parte de una misma comunidad afectiva y axiológica. La tónica sentimentalista se centra en la acción benevolente, en el benefactor y en el infeliz agradecido, y tendrá como eje afectivo articulador la compasión y su expresión sincera y auténtica. La tónica de la denuncia, en cambio, se ocupa de la atribución de responsabilidad, la identificación de las víctimas y los causantes del daño, y moviliza la indignación como horizonte afectivo. Ambas tónicas se construyen sobre las representaciones cronotópicas que hemos analizado, pero los sentidos que éstas adquieren a través de su inserción en los recorridos tónicos difiere.

La condición de víctima permite hablar del sufrimiento humano a través de un eje de representación con dos extremos. En el primero se halla el tipo de sufrimiento adscrito al género humano como condición antropológica, es decir, del que toda vida participa, de una manera u otra, por el hecho de existir (Arteta, 1996: 34-47). En el extremo opuesto se encuentra el sufrimiento como objeto políticamente pertinente, es decir, el sufrimiento evitable para el cual parece legítimo buscar un responsable; por esta razón, forma parte del objeto central de la política y la definición del bien común. Esta concepción del sufrimiento como algo evitable es una condición indispensable para que un relato tónico específico despliegue un espacio en el que la estructura de sentimientos solidaria será movilizada y actuada.

Arteta (1996) interpreta la piedad en la misma línea que venimos proponiendo en esta tesis como una mediación reflexiva que se caracteriza en relación a estos dos tipos de sufrimiento y vulnerabilidad; por un lado este autor alude a la compasión movilizada frente a lo universal de la “dignidad humana” y la compasión que brota frente a la “dignidad herida”. En el primer caso, el objeto de atención piadosa es la vulnerabilidad radical del hombre: su condición moral. Ante esta desgracia ineludible la piedad se torna **piedad desesperanzada**. “Este género de compasión es el testigo permanente y más fidedigno del insuperable sufrimiento humano” (Arteta, 1996:270-273). Es una piedad que mira al otro, se pone en su lugar, consciente de su condición mortal tratando de no infligir mayor dolor y procurando paliarlo en la medida de lo posible. Según Arteta, de esta modalidad compasiva se deriva el siguiente imperativo: *“obra de tal forma que no te abandone la conciencia de que el otro, por saberse mortal, es un ser*

*sufriente; actúa en todo de una manera conforme a la mortalidad del hombre*” (Arteta, 1996:273).

Esta primera forma de piedad constituye una mediación reflexiva entre lo particular de los pesares que aquejan a los seres humanos y lo universal de su aspiración a la felicidad, mientras que la segunda modalidad piadosa consiste en una mediación reflexiva entre lo particular de la miseria de cada individuo y lo universal de su dignidad humana. En este segundo caso, el objeto de atención piadosa no es un mal totalizador sino la dignidad herida. En este caso, “el otro es digno de compasión por su dignidad atropellada o incumplida; se vuelve su objeto doliente por ser alguien al que no se reconoce como sujeto humano o moral. Es una piedad nacida del hecho y de la conciencia de injusticia y, como aspira al ensanchamiento o a la recuperación de la dignidad del otro, es asimismo una compasión para la justicia.” Tiene carácter universal en relación a la universalidad de la exigencia de dignidad para cada ser humano, pero se sostiene sobre la contingencia histórica de todo régimen de justicia.

El mal del que se apiada esta **piedad esperanzada** –orientada a la acción- es de naturaleza *histórica y social*, es decir, está inscrito en las estructuras socioculturales, fruto de las relaciones intersubjetivas presentes, históricas y en desarrollo que superan a cada individuo particular. Esta característica otorga a la piedad su dimensión política, vehiculada a través de la indignación, construye objetos hacia los que orientar específicamente su acción, distancias, recorridos e intensidades. No sólo los ultrajados serán compadecidos, también aquellos responsables de la ofensa, incluso los satisfechos y los apáticos ante los sufrientes, porque “a fin de cuentas, también ellos se privan de su propia dignidad cuando recortan o tratan de aplastar la ajena”<sup>499</sup> (Arteta, 1996: 269). Entre compasivo y compadecido existe una relación simétrica basada en el hecho de compartir una dignidad incompleta mientras existan seres humanos privados de ella que responde, a nuestro parecer, a la lógica del don. “Ni el otro posee en la práctica su propia humanidad sin mí ni yo tengo la mía al margen del otro (...) Ese valor absoluto en potencia de cada hombre resulta en la práctica relativo a los demás hombres” (Arteta, 1996:270)<sup>500</sup>. De esta segunda piedad deriva el primer acto de

<sup>499</sup> De manera más general Spivak considera que los privilegios de los que uno goza por ocupar una posición hegemónica deberían interpretarse como una pérdida de otro, algo de lo que no puedo disfrutar y por tanto me reduce. (Landry y MacClean, 1996)

<sup>500</sup> El autor no defiende un concepto esencialista de dignidad, sino que la comprende como proyecto, “una cualidad más potencial que real, una meta no sólo deseable sino *posible* que convierte a la compasión en una piedad esperanzada. (Arteta, 1996:269). “No somos seres *ya* dotados de una dignidad que solo *después*, en nuestras relaciones posibles, nos tocará nada más que reconocer como realizada. Ese valor absoluto en potencia de cada hombre resulta en la práctica relativo a los demás hombres. El mero hecho de que seamos susceptibles de degradarnos a medios para nosotros mismos o para otros

reconocimiento mutuo entre sujetos que nos convierte en interlocutores y que dicta otro imperativo: “obra siempre con la conciencia de que tu propia dignidad es imposible sin que el otro vea reconocida por ti la suya”.

La diferenciación entre miserias evitables e inevitables -que determina la movilización de la piedad esperanzada o desesperanzada- sólo se resuelve en el marco de la formación discursiva de la solidaridad; no hay un exterior objetivo- un referente 'real'- que funcione a modo de prueba, por lo que tampoco lo hay a la hora de determinar si nos hallamos ante víctimas inocentes o responsables, un asunto que también se dirime en ese marco discursivo. Una de las principales limitaciones que trae consigo la tópica sentimentalista es que enuncia como radicalmente humano, inserto la mayor parte de las veces en un vacío contextual, un tipo de sufrimiento que, sin duda, tiene una adscripción histórica y económica de la que quiere dar cuenta la tópica de la denuncia. El reto, desde la perspectiva de la denuncia, es establecer un principio de equivalencia que permita comparar no sólo las diversas experiencias del sufrimiento, aparentemente distantes, sino establecer las conexiones y estructuras que las explican, afrontar el conflicto y la disputa entre versiones enfrentadas. La tarea reside en justificar la diferencia y la igualdad como proyectos. Para ello, es necesario un régimen de justicia, es decir, un modelo de interpretación o configuración cronotópica que instaure un principio de equivalencia con el que sea posible comparar las condiciones de los sujetos, valorar su sufrimiento y su situación de desigualdad.

Boltanski y Thevenot (2006: 74-79) llaman a este régimen la unidad de la ciudad<sup>501</sup>. La ciudad se define como una versión de mundo que explica de forma paradigmática cuál es el esquema de relaciones y vínculos que puede establecerse entre los diversos sujetos en un contexto espacio-temporal definido. La ciudad funciona como una instancia de mediación que establece criterios de equivalencia y pertenencia de los sujetos, esto es, las convenciones sobre las que es posible dibujar una arquitectura común, establecer una relación política y ética entre unos y otros, por ejemplo, entre sujetos felices e infelices.

---

manifiesta que se puede perder o que aún no la hemos desplegado como requiere. Piedad es aquí la virtud que impide la frustración de la posibilidad más alta de uno mismo y del otro” (Arteta, 1996:270).

<sup>501</sup> La primera formulación de esta propuesta aparece en la obra de ambos autores, *De la justification. Les économies de la grandeur* (1991), en este trabajo las referencias se toman de su edición inglesa. Posteriormente, Boltanski volvió sobre ello en *L'amour et la justice comme compétence* (1996), en *La souffrance a distance* (1993); y después con Chiapello en *Le nouveau esprit du capitalisme* (1999). Una revisión crítica de la propuesta de Boltanski y Thévenot se encuentra en la obra de Ricoeur *Le juste* (1995a) en el capítulo “La pluralité des instances de justice”.



Estos autores definen distintos tipos de ciudad a partir de obras clave de la filosofía política<sup>502</sup>, puesto que “las construcciones de la filosofía política se encuentran actualmente inscritas en instituciones y dispositivos que informan continuamente a los actores acerca de lo que deben hacer para conducirse con normalidad”, así como también informan la propia actividad del investigador (Boltanski, 2000a:81)<sup>503</sup>. Los autores escogidos actúan como gramáticos del vínculo político. Estos modelos ideales, que describen las concatenaciones sociales, incorporan la referencia a un tipo de convenciones extremadamente generales orientadas a una noción del bien común que pretenden una validez universal, las cuales están modelizadas bajo el concepto de ciudad (Boltanski y Chiapello, 2002:29).

Una ciudad se rige por un principio superior común, es decir, una convención que asegure la cualificación de los sujetos y de los objetos, que sirve para que cada uno defina la posición que debe adoptar en el territorio común. Esta convención marca dos posiciones comparables: un estado de grandeza o superioridad y otro estado inferior o subalterno; este último, además, indica la orientación de la decadencia de esa ciudad. Ambas posiciones se vinculan gracias a un tipo concreto de relación que se denomina relación de grandeza. Dicha relación se concreta a través de vínculos y figuraciones naturalizadas en las que esta relación de equivalencia de base –de grandeza- ya no resulta evidente.<sup>504</sup>

La ciudad sirve para explicar cómo se puede justificar el acuerdo y abordar el desacuerdo sobre el bien común y la felicidad sin sucumbir a la violencia. El modelo de Boltanski y Thévenot está orientado a la interpretación del sentimiento de injusticia<sup>505</sup>, en la base de toda

<sup>502</sup> En su trabajo Boltanski y Thévenot (2006:83-124) definieron las siguientes ciudades: la ciudad inspirada recogida en la obra de San Agustín, la ciudad doméstica que encuentra fundamento en los escritos de Bossuet, la ciudad del renombre que hace lo propio en los libros de Hobbes, la ciudad cívica o colectiva que se fundamenta en Rousseau, la ciudad mercantil que se desarrolla sobre los supuestos de la teoría económica de Adam Smith, la ciudad industrial que acude a las ideas de Saint-Simon y, por último, la ciudad por proyectos que los propios autores definen en su obra *El espíritu del capitalismo*, diseñada a partir de textos de marketing contemporáneo.

<sup>503</sup> En esta tesis, el estudio sobre la definición de ciudades ideales ha servido de inspiración y en él se basó la selección de obras de filosofía política que se han manejado como modelos metafóricos para describir los principios de la formación discursiva: *La teoría de los sentimientos morales* de Smith, *Vigilar y castigar* de Foucault y *Homo Sacer* de Agamben.

<sup>504</sup> Sin embargo, la posición de los sujetos no se caracteriza por una posición esencial apriorística, sino que cabe la movilidad y la discusión acerca de las posiciones, por lo que para determinar quién ocupa cada lugar del espacio de la ciudad existen procesos de investigación con dispositivos, formas de evidencia y pruebas modélicas que sirven para determinar qué caracteriza el estado de máxima dignidad de la ciudad y qué actor lo representa. Asimismo, cada ciudad posee una forma concreta de expresar el juicio, es decir, de traducir los resultados de las investigaciones sobre la condición de los sujetos.

<sup>505</sup> “Basta con estar atento para oír ese rumor incesante que atestigua la indignación, el dolor y también la inquietud suscitados por el sentimiento de injusticia y que manifiesta la capacidad de las personas de ejercer su sentido de la equidad. El mundo social en las situaciones más cotidianas, es trabajado sin

“ciudad”, y a la búsqueda de las justificaciones que éste encuentra en el espacio público del desacuerdo. “No son tipos ideales de evaluaciones compartidas, sino de argumentaciones en situaciones de acuerdo y desacuerdo” (Ricoeur, 1995a:130). Se trata de la figuras de la crítica en el desacuerdo y del compromiso en el acuerdo que toman cuerpo en las tópicas discursivas. Además de ocuparse de la construcción del consenso y las dinámicas del disenso, este modelo nos permite abordar la noción gradual de humanidad. El concepto de ciudad no incluye el presupuesto de igualdad esencial –ontológica- entre seres humanos; esta premisa queda fuera, no pertenece al orden de la justicia, ya que este principio excluye constructos políticos que incluyen a los subhumanos y los esclavos (Boltanski, Thévenot, 2006:74)<sup>506</sup>. El régimen de justicia de la ciudad excluye esta premisa de equivalencia fundamental o más bien la mantiene como límite fronterizo del campo de lo político, que en su lugar se inaugura con el principio de diferenciación. En el extremo opuesto a la común humanidad se encuentra otro límite para la política: la máxima diferenciación, puesto que en último término cada persona que participa del espacio de la ciudad ocupa una posición radicalmente singular. Y buscando un espacio intermedio en esta tensión, los autores afirman que “para construir el modelo de la ciudad es necesario determinar bajo qué condiciones los miembros de una ciudad acceden a los distintos estados, y la constricción de común humanidad influencia esta determinación” (Boltanski, Thévenot, 2006:75). Para compatibilizar la igualdad esencial y el acceso a los estados de diferenciación, el modelo tiene que presuponer el poder de los sujetos para alcanzar los estados que designan una dignidad común. “Cuando el poder de acceso a todos los estados no está garantizado, el orden constituido puede degenerar en una serie de humanidades fragmentadas sin posibilidad de vínculo entre ellas” (Boltanski, Thévenot, 2006:75-76).

Si los sujetos de una ciudad se distinguen por al menos dos posiciones, una en el máximo grado de felicidad y la otra en el proceso de alcanzarlo, tendrán que encontrar justificación para la existencia y el mantenimiento de esta desigualdad, puesto que el bien común y sus estados están sometidos a un orden y una valoración. La relación de equivalencia y comparación que establece el criterio de valor entre unos y otros sujetos, así como las pruebas para atribuir dichos estados, son los elementos encargados de suprimir la tensión entre la supuesta común humanidad y el orden y valoración de los estados. Este modelo de humanidad

---

cesar por estos cuestionamientos que, al señalar lo que no es justo, reclaman reparación.” (2000a:53-54)

<sup>506</sup> El estatuto de común humanidad esencial se equipara al Eden y el único hombre que sirve como modelo Adam (Boltanski, Thévenot, 2006: 74). Una formulación similar a la empleada para referirse al régimen de rostridad en Deleuze y Guattari (2000).

gradual que da cuenta de la tensión entre los principios del orden y la jerarquía y la común humanidad facilita la interpretación de la dinámica del consenso y la observación acerca de cómo se construye y se accede al bien común desde posiciones diferenciadas.

La institución mediadora de la ciudad abre un espacio de impersonalidad al establecer las comparaciones y las reglas que las rigen; a este espacio los autores lo denominan mundo. El mundo emerge a través de algo parecido a un *debrayage*, es decir, la construcción de una exterioridad desde la que delimitar, valorar y habitar un espacio compartido<sup>507</sup>. Cuando la coordinación de acciones está rota por un desacuerdo, las personas pueden retomar al acuerdo explicitando las convenciones, argumentando y verificando el estado de las equivalencias por medio de una prueba de realidad. Dicha prueba tendrá que involucrar en su argumentación la discusión sobre las exterioridades, es decir, sobre objetos, reglas y costumbres de sentido común, sobre los *topoi* que han permanecido incuestionables y naturalizados, inscritos en las distintas versiones de mundo que corresponden a cada ciudad.

La interrelación que en el marco de estas ciudades, afines a las figuraciones elisianas, establecen entre sí los sujetos, y éstos con los objetos y contextos, son en sí mismas una convención de equivalencia que permite aplacar la disputa, haciendo posible un acuerdo sobre la relación de orden entre sujetos diferentes que se confrontan con una misma realidad. La convergencia de juicios, el posicionamiento hegemónico, está asegurada en la medida en que los objetos –las representaciones– sean tratados como externos a las personas<sup>508</sup>. El régimen de la justicia se basa, entonces, en esta convención de objetividad, permite asentar o calmar la controversia estableciendo un hábito, evitando la referencia a estados interiores de la persona, tratados como no pertinentes en la medida en que no pueden servir de sustento a un juicio común.

El interés de esta propuesta es que no va directamente a las posibilidades del acuerdo en una comunidad políticamente unificada, sino que primero se hace cargo del conflicto entre mundos que pueden convivir en el interior de la misma comunidad. Además, tiene en cuenta que el acuerdo en el marco de una ciudad conlleva el conflicto entre ciudades (Ricoeur, 2000:139). Es decir, en una ciudad es posible hablar y discutir sobre el bien común pero siempre teniendo en cuenta que este acuerdo y compromiso es frágil y precario, puesto que

---

<sup>507</sup> Este *debrayage* permite a Boltanski y Thévenot ampliar el régimen de justicia incluyendo junto con la noción de la ciudad la idea de mundo –exterioridad– construido en torno a los objetos, las cosas y los dispositivos materiales sobre los que están inscritos los acuerdos.

<sup>508</sup> Un ejemplo de este funcionamiento es la noción de rostro deleuziana o la mirada panóptica foucaultiana que actúan como convenciones inscritas en los objetos representacionales de la formación discursiva de la solidaridad, legitimando y reforzando un cierto orden social.

aunque en esa ciudad sirva para constituir un estado de calma, un mundo estable, desde otra ciudad puede verse cuestionado, afectado por la duda. El consenso y los acuerdos de compromiso son de naturaleza dialógica, ya que el bien común de una ciudad puede ser criticado y menoscabado desde los criterios de otra ciudad. Es decir, la condición dialógica y conflictiva es estructural puesto que las críticas se realizan desde una ciudad a otra, lo que implica admitir que se realizan desde un punto de vista y posición enunciativa específica, situada y delimitada; no hay un punto de vista general, abstracto y omnisciente. Los sujetos ocupan una posición doble, pueden desplazarse de una ciudad a otra y justificar posiciones, estados y mundos empleando tópicos enfrentadas. "La posibilidad de salir de la situación presente y denunciarla apoyándose en un principio exterior, y en consecuencia la pluralidad de los mundos, constituyen pues la condición de una acción justificada" (Boltanski y Thévenot citados por Ricoeur, 1995a: 139).

Entre las estrategias discursivas que favorecen estos desplazamientos destaca la ironía. El tono irónico no sólo es una figura estilística, ya que "contenidos y expresiones son inseparables de la actitud que los promueve" (Peñamarín, 1989a:29); de esta manera, el tono cualifica la actitud y mirada del enunciadore, que presenta otros sistemas de valores, concepciones ideológicas y actitudes para criticarlas. "La evidencia de una situación opuesta a la descrita por el enunciado provoca la interpretación en el sentido opuesto a su significado literal" (Peñamarín, 1997:161). El empleo de la ironía sirve para burlarse de algo o de alguien, y habitualmente "el ironista desafía individualmente a su destinatario a optar por el bando de los que son burlados o bien por el de los burladores" (Peñamarín, 1989a:29). Serviría, por tanto, para criticar y disentir desde una ciudad a otra.

La ironía es un procedimiento que cumple una doble función: permite al autor presentar una perspectiva, describir una situación y, al tiempo, interpretarla críticamente<sup>509</sup>. La complejidad de esta figura de distancia enunciativa reside en que "la relación dialógica que necesariamente instaure la ironía no se da sólo entre los polos yo y tú de la interlocución; otros sujetos, otras concepciones sobre el objeto del que habla, otras lenguas interfieren en el discurso de un sujeto contaminando así su unicidad" (Peñamarín, 1989a:31). La ironía es una estrategia que permite al sujeto desplazarse entre mundos y realizar una crítica situada como corresponde a un régimen de justicia. El ironista no puede ocupar la posición neutral y distanciada.

<sup>509</sup> No obstante, no se presentan los dos sistemas de valores equiparados, sino que "el punto de vista y la posición ajena son juzgados desde otros sistema, otros valores que se presentan como superiores o que, en todo caso, constituye para el autor el punto de apoyo desde el que poder ejercer la crítica" (Peñamarín, 1989a:32).

### 7.1.1 Las ciudades de la solidaridad: de la ciudad compasiva a la ciudad cívica

Las estrategias discursivas de las ONGD utilizan como modelo estas ciudades ideales, que sirven como argumentos de legitimación para sus diversas facetas como agentes sociales, así como para dotar de sentido a los vínculos que éstas establecen con los destinatarios y con los beneficiarios de su acción. Si aplicamos este modelo a las tópicas que actúan en la formación discursiva de la solidaridad, podríamos confrontar dos modelos de ciudad: el de la tópica de la denuncia podría ser lo que Boltanski denomina la ciudad cívica, mientras que para la tópica del sentimiento podríamos dibujar un nuevo modelo de ciudad llamado la ciudad solidaria o compasiva<sup>510</sup>.

El principio rector, la convención general de la ciudad cívica, es la importancia y el mantenimiento de los colectivos en el espacio común, mientras que en la ciudad compasiva el principio máximo es la capacidad de sentir moralmente. Los sujetos que habitan la primera ciudad son las personas o sujetos colectivos y sus representantes, mientras que en el segundo caso los habitantes de la ciudad son los individuos que se dividen entre felices e infelices, los aquejados por el sufrimiento y los afortunados. El proceso que delimita la adquisición de status en la ciudad, la aspiración básica, es en un caso la consecución de los derechos civiles, esto es, llegar a ser titular de derechos, mientras que en la tópica del sentimiento el deseo es acceder a la felicidad, pudiendo además desarrollar la capacidad compasiva. La investigación que permite determinar el estatus de los sujetos y su participación del principio rector es, en el caso de la ciudad cívica, el estudio acerca de la renuncia al interés particular por parte de los sujetos; mientras que para alcanzar la felicidad los participantes de la ciudad compasiva tendrán que renunciar a la maldad y a la hipocresía.

La mediación que posibilita la ciudad cívica pasa por el dispositivo de las formas legales, el establecimiento de relaciones de delegación y la unión de los ciudadanos para llevar a cabo una acción colectiva. La máxima expresión de la ciudad es la manifestación conjunta a favor de una causa justa, determinada mediante veredicto y cristalizada a través de la ley.

---

<sup>510</sup> Hay que señalar que esta ciudad compasiva lo que consigue es incluir como un asunto político –el presupuesto de común humanidad– lo que se encontraba, precisamente, en los límites como algo ajeno a la política. Por otra parte, también estamos ante una ciudad limitada ya que, tal y como describimos en el capítulo VI, el tipo de exterioridad, de versión del mundo que procura construir más que sostenerse sobre ese espacio externo de lo impersonal, parece remitir de forma reiterada al terreno ocupado por la interioridad de los sujetos.

Por el contrario, la mediación de la ciudad solidaria remite, en primer término, a dispositivos no institucionales como la ley sino afectivos como la compasión. En ella, los sujetos no pueden delegar sino que el afecto debe ser sentido y experimentado de forma singular y, sobre todo, auténtica, esto es, ‘de corazón’; las relaciones entre sujetos están basadas en los vínculos empáticos inmediatos y en la identificación emocional, lo que permite a los sujetos unirse en el sentimiento, contagiarse y llevar a cabo de manera conjunta una acción caritativa cuya veracidad demuestra la expresión de una emoción desbordante, prueba de la existencia de una amor desinteresado hacia el que sufre. Resumiendo, si una es la encarnación del modelo de república democrática, la otra lo es de la humanidad compasiva.

La posición de las ONGD como actores sociales no sólo trabaja sobre estas dos ciudades, también intervienen otras. Por ejemplo, en su condición de sistemas expertos estas organizaciones se ubican a medio camino entre los principios de la ciudad mercantil y los de la ciudad industrial. El discurso publicitario que aplica las reglas del marketing empresarial utiliza valores previstos en la ciudad mercantil, por ejemplo, el valor de la competencia, su condición de competidores por un mercado limitado de todo tipo de recursos y el establecimiento de un precio para sus productos y servicios. En cambio, el discurso legitimador de su conocimiento experto se construye en torno a los valores de la ciudad industrial, al referirse a la eficacia, a su condición de sujetos profesionales que trabajan de manera organizada en busca del progreso. Y con respecto a la búsqueda de presencia pública y legitimidad simbólica, los ejercicios comunicativos de las ONGD activan los ideales de la que Boltanski y Thevenot llaman la ciudad del renombre: la celebridad, el deseo de ser reconocido, la importancia concedida a la opinión, las estrategias de persuasión y la búsqueda de reconocimiento público.

Las tópicas sentimentalista y de denuncia, que analizaremos a continuación, desarrollan estas instancias de mediación y, al establecer un espacio de sensibilidad común, operan en la configuración y delimitación del espacio de lo público y lo político, no sólo recogiendo una dinámica de oposición como la tradicional entre izquierda y derecha, sino abriendo nuevas vías de construcción de antagonismos políticos (Mouffe) en los que se confrontan espacios del consenso con espacios del disenso.

**Cuadro ciudades<sup>511</sup>**

	<b>Piedad</b>	<b>Inspirada</b>	<b>Domestica</b>	<b>Renombre</b>	<b>Cívica</b>	<b>Mercantil</b>	<b>Industrial</b>
<b>Principio superior común</b>	Felicidad	Surgimiento de la inspiración	Reproducción a partir de la tradición	La realidad de la opinión	Preeminencia de colectivos	La competencia	La eficacia
<b>Estado de grandeza</b>	No sufrimiento-fortuna	Lo indecible y lo etéreo	Superioridad jerárquica	La celebridad	Reglamentarios y representantes	Deseable	Ejecución
<b>Dignidad</b>	Acceso a la felicidad y el placer	La inquietud de la creación	La facilidad del hábito-costumbre	El deseo de ser reconocido	Aspiración a los derechos civiles	El interés	El trabajo
<b>Sujetos</b>	Felices e infelices	Los iluminados (poetas)	Superiores e inferiores	Las estrellas y sus representantes	Las personas colectivas y sus representantes	Los competidores	Los profesionales
<b>Dispositivos</b>	Piedad - Compasión	El sueño despierto	Reglas de saber vivir	El nombre en los medios	Formas legales	Riqueza	Los miedos
<b>Investigación</b>	Renuncia a la maldad e hipocresía	La evasión más allá de las costumbres	El rechazo del egoísmo	La renuncia al secreto	Renuncia a lo particular	Oportunismo Oportunidad	Progreso
<b>Relación de grandeza</b>	Ser auténticamente bueno y compasivo	El valor universal de la singularidad	Respeto y responsabilidad	Ser reconocido e identificarse	Relaciones de delegación	Poseer	Maestrazgo

<sup>511</sup> A partir del cuadro de Christian Lejeune que sistematiza las ciudades definidas por Boltanski y Thevenot. El esquema original se encuentra en: <http://analyses.ishs.ulg.ac.be/enseignements/connaissance.html>



<b>Relaciones naturales entre los seres</b>	Dependencia	La alquimia de los encuentros imprevistos	Comercio de gente bien educada	La persuasión	La unión para una acción colectiva	Interesar	Funcionar
<b>Figuras armoniosas del orden natural</b>	Humanidad compasiva	La realidad de lo imaginario	El alma del hogar	La imagen en el público	La república democrática	Mercado	Organización
<b>Prueba modélica</b>	Acción caritativa	El vagabundo de espíritu	La ceremonia familiar	La presentación del evento	La manifestación por una causa justa	Informe Asunto	Test
<b>Modo de expresión del juicio</b>	Amor desinteresado	La chispa del ingenio	Saber conseguir la confianza	El juicio de la opinión	El veredicto de un escrutinio	Precio	Eficacia
<b>Forma de la evidencia</b>	Emoción desbordante	La certidumbre de la intuición	Anécdota ejemplar	La evidencia de éxito	El texto de la ley	Dinero	Mesure Medida
<b>Estado del pequeño y decadencia de la ciudad</b>	La indiferencia y el egoísmo	La tentación de retornar a la tierra	El descuido sin miramientos	La indiferencia y la banalidad	La división	La servidumbre del dinero	Ineficacia Acción instrumental

## 7.2 Tópica del sentimiento

Nada teme el hombre más que ser tocado por lo desconocido. (...) Solamente inmerso en la masa puede el hombre liberarse de este temor a ser tocado. Es la única situación en que este temor se convierte en su contrario. Para ello es necesaria la masa densa, en la que cada cuerpo se estrecha contra otro, densa también en su constitución psíquica, pues dentro de ella no se presta atención a quién es el que se “estrecha” contra uno. En cuanto nos abandonamos a la masa, dejamos de temer su contacto. Llegados a esta situación ideal, todos somos iguales.

Elias Canetti *Masa y Poder*

### 7.2.1 Introducción

El punto de partida de los recorridos tópicos que analizamos consiste en determinar si el sufrimiento que se contempla es un sufrimiento evitable o no. Las tópicas intervienen, por tanto, en la delimitación de qué es el sufrimiento, quienes son los infelices, cuáles son sus características, etc. Una vez determinado que se trata de un sufrimiento evitable se rechaza la posición de resignación e inacción<sup>512</sup>. Este sufrimiento es del tipo de aquellos que pueden llegar a convertirse en una causa. Según Boltanski, el tipo de sufrimiento es igual para la tópica del sentimiento y la tópica de la denuncia, sólo difiere para ambos casos la intensidad de la solicitud de ayuda. No estamos de acuerdo con esta idea ya que, desde nuestro punto de vista, la tópica interviene en la definición del sufrimiento y, en función de cómo se delimite y caracterice éste, se despliega uno u otro recorrido tópico. Si en la tópica del sentimiento el enunciador orienta su atención hacia la beneficencia realizada, en lugar de buscar un culpable o responsable de la situación mostrada<sup>513</sup>, no es porque la indignación ante los responsables se repliegue o contenga sino porque no existe, o no en la intensidad necesaria para que se active y, por tanto, deba replegarse.

---

<sup>512</sup> No obstante, en el repertorio emocional sentimentalista también hay pasiones ligadas a la inacción como la indiferencia o el sentimiento de impotencia.

<sup>513</sup> Boltanski presupone que la indignación es una etapa imprescindible en este desarrollo tópico, existe pero el sentimentalismo la contiene y desvía su atención. Pensamos que no es necesario presuponer este momento previo, la tópica sentimentalista puede desplegarse gracias a los *topoi* y funciona sin necesidad del completar el esquema supuestamente lógico que incluiría a los responsables. El cronotopo es suficiente para desplazar y condensar toda una parte del relato que sólo la densificación en la tópica de la denuncia es capaz de recuperar.

Esta diferencia comienza en la propia descripción del sufrimiento. En el caso de la tópica del sentimiento esta descripción, articulada sobre la pasividad de los sufrientes, indica –como premisa– que son víctimas inocentes. En el marco sentimentalista la pesquisa sobre los responsables cede su lugar al encuentro compasivo –narcisista– con el otro y el ejercicio simpático se convierte en el dispositivo central.

El enunciador reconstruye la relación de ayuda, el acto caritativo, y simpatiza con el sentimiento de gratitud que siente el infeliz. La gratitud deriva siempre de la intervención del sujeto benefactor. Dicho sentimiento de gratitud, por tanto, está mediado por la propia tópica que, a su vez, se inserta en la formación discursiva que le dota de los presupuestos para la interpretación. El espacio de identificación propuesto a los destinatarios coincide con el del benefactor, posición reconocible por un lado, como decimos, a partir de la gratitud mostrada por el infeliz y, por otro, a través de las figurativizaciones que de él se dan en la publicidad de las ONGD: voluntario, cooperante, famoso solidario, padrino, etc.

El discurso habla de un ser sensible y un ser moral que recibe el sufrimiento de otros como causa frente a la que actuar. Como toda estructura de sentimiento, el sentimentalismo incorpora una disposición a la acción. ¿Cuál es en este caso? La acción que se persigue en esta tópica es la de eliminar la distancia que nos separa de los otros, tanto de los infelices como del resto de sujetos solidarios. En otros términos, se trata de la construcción de una esfera de intimidad, de una forma de socialidad que delimita un espacio público específico. Un tipo de masa densa, como la que describe Canetti en la cita de apertura, a través de la cual los sujetos solidarios buscan un vínculo afectivo y moral que opera como una especie de *gemeinschaft*.

Esta comunidad busca disolver las diferencias creando un sujeto único, una igualdad en el sentir y el valorar de la que participan los humanos. Recordemos que la categoría de humanidad opera en el ámbito de la solidaridad de manera gradual y, por tanto, no todos participan de ella de la misma forma. Para Bauman, la emoción amorosa que se orienta hacia “el extraño universal”, de la que participa desde nuestro punto de vista la compasión solidaria, está sometida a los principios narcisistas. Desde este lugar, la emoción desarrolla una función social que consiste en imponer reciprocidad sobre un patrón esencialmente asimétrico, como el que define las relaciones en un régimen de justicia. En nuestras palabras, la emoción acerca la justicia al ágape. Sin embargo, el intento de la emoción amorosa –y compasiva– de garantizar dicha reciprocidad es inestable y fallido debido a la lógica narcisista en que se inserta.

Este marco produce una *gemeinschaft* particular que Sennet define como “comunidad destructiva”, puesto que el narcisismo, a través de la confesión constante, obstaculiza e incluso niega las relaciones impersonales y los principios de equivalencia. “La destructividad de la comunión que buscan los socios en el amor es efecto ante todo de la aplicación de la reciprocidad” (Bauman, 2005: 271-272). La búsqueda narcisista del verdadero *self* orienta a la emoción hacia la interioridad, la autenticidad y la sinceridad como ejercicios en iteración constante, según explicamos en el capítulo IV.

El posicionamiento discursivo que responde a lo anterior es, en términos de Boltanski, la “metafísica de la interioridad” (Boltanski, 2000:126). La contemplación de la desgracia en la tópica sentimentalista despliega la compasión narcisista, es decir, pone en contacto al sujeto con su ser enternecido que actúa como expresión auténtica de su identidad. La expresión de dicho estado emocional por parte del enunciador no hace referencia tan sólo a una experiencia personal sino que remite a lo que suscitaría en cualquier ser sensible, es decir, en cualquier ser humano la contemplación del mismo o similar sufrimiento. En la formación discursiva de la solidaridad se mencionan los sentimientos y valores genuinos e incluso se asocia la emoción solidaria con el carácter instintivo; por ejemplo, en un spot de Acción contra el hambre (Figura 240) se pregunta: “Existe el instinto de dar de comer ¿no lo sientes?”, mientras se ven diversas situaciones donde mayores y niños dan de comer a otras personas, a animales o a muñecos.



**Figura 240 Acción contra el hambre (2007)**

El discurso de esta metafísica de la interioridad genera una normalización o normativización del sentimiento; dicho discurso interpreta al sentimiento como reacción humana normal atribuible a un espectador solidario idealizado. El desarrollo de esta metafísica de la interioridad se produce a través de lo que hemos denominado una gestualidad solidaria. Esta

gestualidad forma parte del hábito emocional sentimentalista relacionado con el carácter fuertemente ritualizado de este género y de toda la formación discursiva a la que pertenece.

Según Boltanski, la tópica sentimentalista es un discurso polifónico en el que el enunciador se desdobla para mezclar varios relatos y tonos complementarios. Por un lado, la descripción del sufrimiento, que puede realizarse adoptando cierta distancia y un tono impersonal; por otro, se narra el impacto de la contemplación del sufrimiento como experiencia individual-subjetiva y sobre todo emocional; y, por último, se menciona esta respuesta emocional como una reacción adecuada al espacio social y moral compartido por la comunidad del nosotros.

La posición enunciativa de esta tópica implica el compromiso con un cierto estado emocional, esto es, con una estructura de sentimiento. Dicho compromiso obstaculiza la vinculación con estados emocionales alternativos, por ejemplo, la indignación. Esto afecta al compromiso con una versión del mundo y con un horizonte de sentido particular que hemos relacionado con una comunidad narcisista. Sin embargo, no debemos descartar de antemano, como alerta Boltanski, la capacidad del sentimentalismo para abrir camino a la palabra pública (Boltanski, 2000:124) y con ella a algún tiempo de agenciamiento político.

## 7.2.2 Recorrido afectivo y repertorio emocional

Un texto construido de acuerdo a la tópica del sentimiento propone un recorrido afectivo y argumentativo preciso que los receptores efectivos del texto, en este caso de los anuncios publicitarios, podrán o no respetar en función, como ya apuntamos, del tipo de lectura y del punto de vista que adopten en su proceso de interpretación. En este apartado describiremos el recorrido hegemónico de la tópica cuando el receptor realice una lectura “preferente”, es decir, adoptando el punto de vista previsto por el texto para su destinatario.

Cuando nos enfrentamos a un texto que nos habla del sufrimiento de otras personas ubicadas a distancia de nosotros, la primera reacción que se nos supone como seres humanos, morales y sensibles es la conmoción compasiva, lo que Boltanski describe como enterneamiento. Esto significa que frente a la representación de una víctima –infeliz, sufriente- lo primero que hacemos es emocionarnos, pero no de cualquier forma sino que nos enternece.

Enternecer es, según el diccionario de la RAE, una acción: mover a la ternura, por compasión u otro motivo; también significa ablandar. La metáfora nos indica que frente a la visión del sufrimiento los públicos se ablandan y en ese sentido desarmen sus reticencias, las barreras apriorísticas que existen, no ya con respecto a los otros, sino en relación a su capacidad para demostrar sus emociones y su “calidad” moral. Las barreras que deben reblandecerse apuntan

al miedo del que habla Canetti, al “temor a ser tocado por lo desconocido” al participar en la comunidad. El régimen de rostridad, así como las tópicas afectivas hegemónicas, son espacios de protección que al establecer distancias garantizan estar a salvo de los imprevistos que pudieran suceder cuando se establece una relación ética y afectiva con otros, cuando uno queda expuesto al vínculo y la socialidad.

Por otro lado, cuando alguien es tierno no sólo se ha ablandado sino que desarrolla, o más bien posee, otras cualidades: es afectuoso, cariñoso y amable. Estas cualidades sitúan a la tópica del sentimiento en el espacio de las pasiones amables<sup>514</sup>, de la emoción placentera, dulce y mesurada, que indica como punto de partida un marco socio-afectivo específico. Describe un universo afectivo compuesto principalmente de emociones armónicas y también de múltiples virtudes<sup>515</sup>. Pero, además, la intensificación del enternecimiento puede llevar al llanto y el llanto, fundamentalmente el del nosotros, es el eje central de la gestualidad solidaria.

Enternecerse y conmoverse guarda relación con la acción de compadecer, es decir “compartir la desgracia ajena, sentirla, dolerse de ella” y “sentir lástima o pena por la desgracia o el sufrimiento ajenos”, según el diccionario de la RAE. Explicamos en el capítulo IV cómo este universo discursivo hunde sus raíces en la definición de la simpatía ilustrada. El mecanismo simpático implica que los espectadores están llamados a experimentar una emoción dolorosa al imaginar qué sentirían ellos estando en el lugar del sufriente infeliz. De ahí que conmoverse suponga compartir, es decir, establecer algún tipo de vínculo y sentirlo, experimentar una emoción, provocada por la existencia de un objeto, de una causa que se enmarca y define como sufrimiento. El último elemento clave de esta definición es la distancia, porque esta emoción tiene un recorrido espacio-temporal a través del cual el vínculo se despliega.

En el marco de la formación discursiva la emoción que sirve de anclaje para este primer movimiento es la compasión. El campo semántico a partir del que podemos ubicar la

---

<sup>514</sup> Es interesante recordar que una saturación de pasiones amables puede conducirnos a la emoción del asco, como explica Miller, un asco relacionado con el exceso, porque “la contemplación inicial de estos sentimientos suscita aprobación, pero su abuso alimenta el asco”. El propio Adam Smith reconoce esta posibilidad, aunque no llegue a admitir que un exceso de generosidad, amabilidad o compasión puedan producir asco, en su opinión estos excesos pueden despertar una desaprobación por parte del espectador imparcial.

<sup>515</sup> Hay un conjunto de virtudes asociadas a la formación discursiva de la solidaridad; desde nuestro punto de vista, algunas de ellas corresponden, en mayor medida, a la tópica sentimentalista y otras a la de la denuncia, si bien cuando se desplazan de uno a otro recorrido tópico sus sentidos cambian. A la primera pertenecen: la piedad, la compasión, el amor, la caridad, la humanidad, la benevolencia, la empatía el sentimiento de poder, el orgullo, la felicidad. A la segunda: la justicia, el amor de sí, el respeto, la dignidad, la autonomía, la esperanza, la competencia –capacidad de agencia–, la hospitalidad, la independencia, la alegría, la modestia y la humildad, la seriedad.

compasión es la noción de piedad que, según el *Diccionario de uso del Español*, se define en una de sus acepciones como “inclinación afectiva, con pena, hacia una persona desgraciada o que padece”; en este espacio se sitúan tanto la compasión, como la lástima y la conmiseración. La compasión<sup>516</sup> está definida por la RAE como “sentimiento de conmiseración y lástima que se tiene hacia quienes sufren penalidades o desgracias”. La compasión, a través de la etimología del verbo *compadecer*, guarda relación con el latín *comparere*, es decir parecer, presentarse alguien en un sitio, y de *compati*, específicamente, padecer. Según el diccionario del uso del español María Moliner (1988), la compasión se desarrolla en el campo semántico de la pena a través de tres metáforas: el ablandarse como un estado que acaece al sujeto, en cuanto sujeto paciente y, por otro lado, destrozar, arrancar el corazón, partir el alma, es decir, el daño – encarnado- provocado por el sufrimiento ajeno convertido en un objeto dotado de agencia. Por último, como sucede con casi todas las pasiones, también incluye la metáfora del movimiento, de una pasión que empuja, por la dimensión tensional inscrita en lo afectivo. A continuación describiremos qué actantes definen la estrategia enunciativa en esta tópica articulada en torno a la compasión.

---

<sup>516</sup> El diccionario de uso del español recoge las diferencias de matiz entre los conceptos. *Lástima* suele emplearse en relación a los animales. *Compasión* puede emplearse de manera impersonal en cuanto al objeto, lleva más carga afectiva e implica más participación en la desgracia ajena que la anterior. Pero es la *piedad* el concepto más cargado de patetismo, “solamente se siente piedad por seres muy desgraciados e implica una inclinación afectiva hacia ellos por esa desgracia y participación dolorosa en ella.” La *conmiseración* se aproxima a la caridad y es compatible con el desprecio.



### 7.2.3 El infeliz agradecido

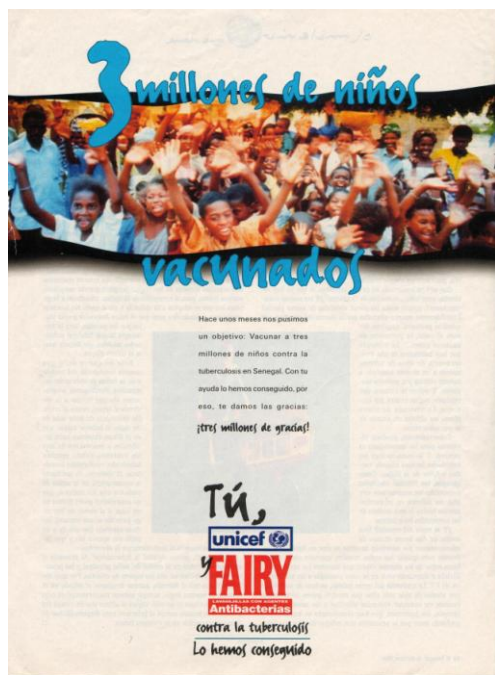


Figura 241 Unicef y Fairy <sup>517</sup>

Los otros se muestran en las representaciones hegemónicas como víctimas postradas, pasivas e inocentes. En términos generales, como señaló entre otros Goffman en su obra *Estigma*, la condición de víctima despierta en los destinatarios sentimientos ambivalentes<sup>518</sup>. Por una parte, su precariedad y vulnerabilidad pueden provocar rechazo, llegando incluso, en ocasiones, a despertar una sensación de asco y un deseo de distancia. Esto sucede, entre otros factores, bien porque se concibe a la víctima como un sujeto peligroso debido a su capacidad de contagio, o bien por el hecho de que su condición vulnerable pone al resto de sujetos –no víctimas- en relación con la frágil frontera moral de la dignidad, es decir, les recuerda su propia condición como sujetos

potencialmente dependientes, vulnerables y precarios.

Hemos visto en el capítulo anterior, cómo ciertas construcciones de las figuras victimizadas de los otros, asociadas en principio al ámbito de la solidaridad, también presuponen un recorrido por el cual dichas víctimas, además de compasión, pueden llegar a movilizar emociones como el rechazo y el asco. Para que esto suceda la figura de la víctima debe implicar un relato que presuponga un proceso de degradación, de fealdad progresiva que, según Miller, proviene de un fracaso moral en el que se ha perdido la dignidad<sup>519</sup>. Un ejemplo de este funcionamiento tiene lugar cuando la representación hace responsable a la víctima de su propia situación de injusticia y desigualdad, un asunto sobre el que volveremos en el siguiente apartado al

<sup>517</sup> “3 Millones de niños vacunados. Hace unos meses nos pusimos un objetivo. Vacunar a tres millones de niños contra la tuberculosis en Senegal. Con tu ayuda lo hemos conseguido, por eso, te damos las gracias. Tres millones de gracias. Tú, UNICEF y Fairy”.

<sup>518</sup> Bauman ha trabajado la condición ambivalente de los pobres en *La ética posmoderna* (2004:167 y ss)

<sup>519</sup> Esta situación presupone que la víctima debe sentirse avergonzada por su situación, es decir, interiorizar la mirada sancionadora de los afortunados. Esta atribución se proyecta después al exterior y cuando esto sucede la víctima despierta un asco que, paradójicamente, antes ha sido proyectado sobre ella. “Presenciar la vergüenza de otra persona es algo que nos asquea. Pero ésta es la razón por la cual la vergüenza es una sanción tan poderosa: supone la interiorización del asco y el desprecio del espectador” (Miller, 1989:275).

ocuparnos de las diversas formas de atribución de responsabilidad que se despliegan en la tópica de la denuncia. Según Miller (1989), la víctima necesita alguna explicación moral que dé cuenta de su degradación, a no ser que cuente con el estatus especial que asignamos a los bebés y los niños, a quienes no se les exige normas de dignidad. El problema reside en que si el recorrido tópico no incluye un responsable y/o una explicación causal de la situación de la víctima, el riesgo de atribuir la degradación moral a la propia víctima se incrementa.

Por otra parte, la amenaza que sufre la víctima de perder su integridad y su dignidad pone al descubierto también la condición moral del nosotros, esto es, la dignidad de los sujetos afortunados, tal y como vimos con Arteta (1996) más arriba.

Paralelamente: las representaciones que vemos en la publicidad del ámbito de la solidaridad evitan, en general, las imágenes de extrema postración de los cuerpos. La evolución de los códigos representacionales, que repasamos en el Capítulo V, muestra que hoy en día son menos las ocasiones en las que se representa de forma descarnada o directa la condición precaria y extremadamente vulnerable de los otros, lo que limita la reacción del asco. Esta evolución también sostiene la idea de que la extrema postración puede suscitar rechazo o repugnancia, además de las críticas que acompañan a estas representaciones por la potencial merma de la dignidad de los sujetos representados –críticas de incorrección política.

Probablemente, en relación a este asunto, la cuestión no es tanto la pertinencia y moralidad de representar a las víctimas y su condición vulnerable, sino que el dilema es antes una cuestión de grado, dónde está el límite y donde el exceso, ya que demasiada pena y demasiada postración suscitan rechazo.

La víctima puede resultar asquerosa y despreciable cuando invade el espacio afectivo del destinatario, exigiéndole o solicitando su ayuda con demasiada intensidad conforme a los cánones de lo moralmente adecuado. En el modelo ilustrado, Smith creía que “Las personas afortunadas y orgullosas se sorprenden de la insolencia de la desdicha humana, que se atreve a manifestarse ante ellas y de que se atreve a perturbar la serenidad de su felicidad con los aspectos repugnantes de su miseria”. Continúa Smith, “nos asquea esa pena clamorosa que sin mostrar delicadeza alguna, apela a nuestra compasión con suspiros, lágrimas y lamentos insistentes (citado por Miller, 1989: 266). Quizá ésta sea la razón por la cual las representaciones del dolor en la publicidad de las ONGD están contenidas, medidas en un espacio políticamente correcto. Presuponemos –imaginamos activamente- la manifestación del dolor de los otros más que verla; mientras que nos dotamos de profusas representaciones para la expresión emocional de los sujetos solidarios, como veremos más adelante.

En contraposición, la víctima provoca simpatía cuando manifiesta su gratitud ante la ayuda recibida. En la tópica sentimentalista la figura de la víctima agradecida esquiva el asco y moviliza la simpatía, sobre todo, porque permite ensalzar al sujeto benefactor. Esta tópica se concentra en la beneficencia, es decir, en el sistema de ayuda como eje articulador, en las pasiones dulces y amables como repertorio afectivo y en el benefactor, como modelo del destinatario. Vimos en el apartado de representaciones cronotópicas figurativizaciones explícitas de los benefactores, ya fueran agentes profanos o expertos, y ahora nos ocuparemos de su representación indirecta a través de la figura del infeliz agradecido.



Figura 242MSF

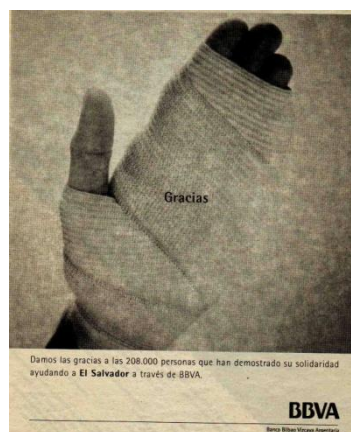


Figura 243 BBVA

En la publicidad de las ONGD una de las representaciones habituales de los otros es la de sujetos agradecidos que reconocen la utilidad y la eficacia de la ayuda recibida. Esta posición también se utiliza con profusión en las campañas solidarias de las empresas.

Reproducidos algunos

ejemplos de esta estrategia: la imagen de un folleto de MSF ( Figura 242) en el que se agradece al futuro donante y socio: “En nombre de las personas que recibirán tu ayuda”; una campaña de marketing social corporativo del BBVA (2001)( Figura 243 ) que da las gracias a los clientes que han donado dinero para El Salvador a través del banco; una campaña de marketing con causa de Fairy y Unicef(2001) (Figura 241), en la que se agradece al consumidor la compra del producto porque ha permitido el envío de vacunas.

También un anuncio de Intermón-Oxfam en el que un niño da las gracias porque su familia ha



Figura 244Manos Unidas

recibido los medios para obtener agua potable; esta organización también agradece todos los años la participación en la Fiesta de la Solidaridad porque en ella los participantes “siembran esperanza”; en la Figura 167 del Capítulo VI Ayuda en Acción da la “Enhorabuena” a los destinatarios porque el tercer mundo está desapareciendo gracias a sus donaciones y en el último anuncio Manos Unidas (Figura 244), en varios idiomas, da las gracias y equipara hacer posible que el mundo cambie con colaborar con ellos.

El agradecimiento del otro está ligado además a su representación como un sujeto bondadoso<sup>520</sup>; los pobres en este discurso son nuestro ejemplo de virtud y bondad porque su miseria les hace vivir más cerca del estado de naturaleza, por eso ellos nos miran profundamente, más que articular un discurso y no están corrompidos por la sociedad. Esta representación de la bondad extrema, de la pureza en la miseria, de la que más adelante daremos algún ejemplo, acompaña a la autosatisfacción del nosotros ante el deber cumplido. Nosotros podremos sentirnos satisfechos y orgullosos de nuestra capacidad de hacer el bien, mientras que ellos y ellas se deben mostrar agradecidos. Como vimos en el anuncio Guatemala de la Obra Social Caja Madrid (Figura 245) descrito en el apartado de representaciones cronotópicas, ellas -las otras- tienen hijos que parecen ofrecer a la comunidad del nosotros; su nombre -su voz- queda silenciada, excepto para agradecer.

En el anuncio se expresa el discurso neoliberal en grado máximo, “¿Quieres? Puedes”. Máxima autonomía y máxima libertad del sujeto que forma parte del nosotros, a quien se le regalan hijos como sucede en los relatos míticos con los dioses. Una estética cuidada, una agradable banda sonora y un terreno políticamente correcto para recuperar el discurso colonial.



**Figura 245 Obra Social Caja Madrid (2008)**

Este tipo de representación objetualiza al otro, lo instrumentaliza funcionando como espejo inverso de una imagen idealizada del sujeto solidario.

<sup>520</sup> Fueron los hombres de la Revolución Francesa, sobre todo Rousseau, quienes popularizaron la idea de que la virtud es el atributo de los desgraciados y el patrimonio de los pobres, que "los tormentos de la miseria engendran la bondad" (Arendt, 1967:90).

## 7.2.4 La Metafísica de la interioridad

El enunciador en la tópica sentimental adopta la posición que adoptaría cualquier ser humano

sensible, según se define en la formación discursiva.

En esta tópica el enunciador y el destinatario se funden en una voz única. Por encima de los delegados de la enunciación, de las instancias del sistema experto, hay un lugar enunciativo que permite una identificación primaria a través de la voz de la conciencia y de la esencia humana<sup>522</sup>. Por eso, como adelantamos más arriba, es capaz de mezclar en su discurso un relato sobre su toma de conciencia singular ante el sufrimiento y la posición normal de todo aquel que reconoce un sufrimiento evitable, reacciona ante él y es capaz de compartir dicha reacción con otros. Se relata lo que sucede en el corazón -básicamente turbación y tristeza- y lo que ocurre en el proceso de transformación del



Figura 246 MSF<sup>521</sup>

sentimiento en palabra pública –placer en el sentir con otros, esto es, simpatía.

El criterio para considerar la relación entre el benefactor y el infeliz como algo real y auténtico se sitúa en el nivel de la interioridad, se fundamenta en un diálogo de 'corazón a corazón'. El sujeto solidario compasivo tiene que expresar lo que la contemplación del sufrimiento le ha provocado de la manera más auténtica y sincera posible. La sinceridad es expresión en público de un sentimiento privado y entendemos la autenticidad como la exposición de los intentos de sentir. Al hacerlo así, el solidario no sólo demuestra su verdadera esencia como humano sino que su emoción sirve además para otorgar relevancia –y en último término también verdad- al

<sup>521</sup> “Con una simple llamada puedes ayudar a miles de víctimas de catástrofes naturales, como terremotos, inundaciones, en todo el mundo. Hazte socio de Médicos Sin Fronteras y con tus aportaciones atenderemos rápidamente a quienes más lo necesitan. Porque ante situaciones tan imprevisibles, una actuación inmediata marca la diferencia entre la vida y la muerte. Por ejemplo, con 10 euros al mes podremos enviar un kit médico de emergencia para asistir a 400 personas en menos de 48 horas. Hazte socio. Tu compromiso es la mejor ayuda”.

<sup>522</sup> Boltanski identifica este espacio como el espectador imparcial de Smith; sin embargo en esta tesis este lugar enunciativo se equipara más bien al tercer espacio enunciativo del que se dio cuenta en el capítulo II al hablar sobre la enunciación. Creemos que es preferible pensar la existencia de vínculos y posiciones previas: como escribimos, los *topoi* actúan como lugares vacíos de los que reapropiarse, a la vez que como repositorios de memoria compartida.



sufrimiento que contempló, ya que la emoción demuestra la veracidad del estímulo que la provocó -en los marcos de interpretación que la tópica precisa.

La enunciación nos sitúa a través de su mirada distanciada frente a una verdad; una verdad que en el mismo instante en que es reconocida da paso a la mirada emocionada, aquella que acompaña al gesto compasivo. Sin embargo, es ese mismo gesto compasivo el que legitima la verdad mostrada, es decir, en último término el que posibilita la existencia de los otros desafortunados y agradecidos. Sólo la supuesta objetividad acerca de la verdadera esencia y naturaleza de los otros legitima el acto compasivo y sólo el acto compasivo dota de sentido la presencia de esos otros. El hecho de que sean verdaderas víctimas sufrientes posibilita que todos los que observamos podamos (y debamos) establecer una relación compasiva con ellos, aunque esto sólo puede suceder una vez que ha quedado suficientemente demostrado que ocupan el lugar apropiado en la red de posicionamientos que se nos proponen.

La verdad en esta tópica pasa por el desvelamiento de la interioridad en la exterioridad. La verdad es manifestación, un rasgo común a los subgéneros del *reality show*, incluidos los programas de crónica 'rosa', aunque hoy también puede encontrarse esta lógica en otros géneros, supuestamente dispares como los informativos. "La cualidad de la emoción, que no engaña, es la prueba de la realidad que permite eliminar la duda, siempre posible, de la autenticidad del sufrimiento del infeliz" (Boltanski, 2002:128). El momento de la verdad es pues aquél en el que el enunciador evidencia las huellas que el sufrimiento del infeliz ha dejado en su corazón. En el sentimentalismo se produce lo que Boltanski llama una "prohibición del realismo", ya que el mostrar de manera distante y neutral el dolor podría ser considerado un rasgo de desinterés, desafección e inhumanidad.

Mira detenidamente este número

# 902 402 404

¿Sientes algo especial?

Pues miles de niños del tercer mundo cambian su vida gracias a él.  
Llama y apadrina un niño. Son sólo 18 euros al mes.

☐ SÍ, DESEO RECIBIR MAS INFORMACION SIN COMPROMISO.

NOMBRE \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN \_\_\_\_\_

LOCALIDAD \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_

PROVINCIA \_\_\_\_\_ TELÉFONO \_\_\_\_\_

C/ INFANTAS, 38. 28004 MADRID • C/ BALMES, 32, 3º. 08007 BARCELONA • C/ MAESTRO CLAVÉ, 10 - PUERTA 2. 46001 VALENCIA  
C/ JAVIER LASSO DE LA VEGA, 3, ENTREPLANTA - 41002 SEVILLA • AVDA. GRAL. SANJURJO, 64, BAJO IZQ. - 15006 LA CORUÑA

\*Los datos facilitados serán incorporados a la base de datos de la Fundación Ayuda en Acción para poder informarle sobre la Organización. Puede acceder, modificar, cancelar u oponerse a los mismos dirigiéndose por escrito a Ayuda en Acción, c/Infantas, 38, 28004- Madrid\*

376

**Ayuda en Acción**  
disminuyendo diferencias

www.ayudaenaccion.org

Figura 247 Ayuda en Acción

Con esta lógica se habla del corazón en la publicidad de las ONGD y se pregunta al destinatario qué siente cuando conoce u observa el dolor o cuando ejercita la compasión subsiguiente. Infancia Sin Fronteras (Capítulo V, Figura 103) pregunta: “¿Quieres practicar el ejercicio más sano para el corazón?; MSF afirma: “Si esto te duele. Llama al médico” (Figura 246), adelantando el efecto normal y adecuado que debe experimentarse y Ayuda en Acción (Figura 247) también propone: “Mira detenidamente este número. 902 402 404 ¿Sientes algo especial?”.



**Figura 248 Fundación Vicente Ferrer (2006)**

La metafísica de la interioridad apunta al sentimiento interno y a su expresión pero implica además otros aspectos complementarios. A través de la metafísica de la interioridad, lo que se produce es una construcción del vínculo que funciona de corazón a corazón, es decir, se configura un espacio de relación que procura borrar las huellas de la mediación para referirse a la inmediatez, a lo común y esencial, a aquello que puede ser compartido por todos siempre y en todo lugar. El presupuesto de una humanidad universal permite la comunicación afectiva y la comprensión mutua. La conexión es entre corazones narcisistas, por tanto, la referencia siempre es el uno idéntico a sí mismo, el sujeto de la tradición liberal. Como vemos en el anuncio de Cibermaratón de la Fundación Vicente Ferrer (Figura 248), siempre se suman unidades de lo mismo: “+1 Más positivo, más humano. Para seguir avanzando necesitamos sumar miles como tú. Apadrina un niño. La humanidad empieza por uno, empieza por ti.” El apadrinamiento es una de las estrategias que más ha incidido en la cristalización de la metafísica de la interioridad porque explicita la idea de crear un espacio de intimidad, una



relación directa entre los desafortunados y los afortunados. “Apadrinar una vida” (Intervida, 2005) y es una manera de crear “Vínculos solidarios” como propone Ayuda en Acción<sup>523</sup>. Entre otras estrategias, el envío de fotos de niños apadrinados y los viajes “al terreno” son los aspectos que activan esta interpretación personalista y la creencia en un vínculo interpersonal. Esta idea del contacto, de los viajes para poder ver a “tu niño” apadrinado, no sólo ha sido fomentada por las estrategias publicitarias, sino que también ha tenido otro tipo de vehículos mediáticos. Las galas y los telemaratones son formatos que se adaptan adecuadamente a la fórmula del apadrinamiento, un género que condensa la dimensión de competitividad y concurso con el relato sentimental; también es común su presencia en géneros de ficción como las teleseries y el cine<sup>524</sup>.

Hace algunos años la representación de este vínculo era unidireccional, los otros –niños apadrinados– se ponían en contacto con los destinatarios para mostrar su agradecimiento; sin embargo, hoy en día, se está solicitando al benefactor mayor participación y una actuación del vínculo<sup>525</sup>. Desde nuestro punto de vista, modelos como el de Ayuda en Acción marcan los límites de reciprocidad que la formación discursiva permite. El sistema experto figurativiza el

<sup>523</sup> En la página web ([www.ayudaenaccion.org/publicaciones/socios/vinculo.htm](http://www.ayudaenaccion.org/publicaciones/socios/vinculo.htm)) puede leerse una narración típica del espacio de intimidad creado por la compasión narcisista: “**¿Qué son vínculos solidarios?** A lo largo de nuestros 25 años de trabajo con los países del Sur, uno de nuestros factores diferenciadores, quizá el fundamental, frente a otras organizaciones, ha sido que a través del apadrinamiento, hemos ofrecido a nuestros socios y socias la posibilidad de colaborar **no sólo mediante una aportación económica, sino también personal y emotivamente**, gracias a la relación personalizada, el Vínculo, que estos socios y socias pueden construir con el niño o niña apadrinado. Con ello **hemos apostado por la cooperación Norte-Sur de tú a tú, cara a cara**. Ahora bien, esta relación no es una relación cualquiera, ya que nuestra intención es que, además, sea una relación de un tipo determinado, pretendemos que sea Solidaria” (énfasis en el original).

<sup>524</sup> Se puede ver un ejemplo en la película “A propósito de Schmidt”, en ella un hombre que parece haberlo perdido todo, en su periodo de búsqueda personal decide apadrinar un niño, intentando encontrar consuelo en una buena acción. Cuando está a punto de tirar la toalla recibe la contestación a la carta que había enviado al niño apadrinado que funciona como una puerta a la esperanza. El personaje decide apadrinar como una forma de dar una vuelta a su vida, iniciar un nuevo camino; de nuevo, la lógica narcisista en la que no hay una preocupación por los otros o por las injusticias, sino un intento de reencontrarse, de dotarse de rasgos de identidad positivos que nos permitan sentirnos mejor. Esta película que reproduce básicamente el modelo de la típica sentimental, presenta una variante con respecto al relato típico y es que en vez de apostar por la comunicación directa entre el solidario y el otro, niño necesitado, introduce la intermediación de la ONG, pues será una monja – conforme al modelo del misionero– la que escriba en nombre de los otros. Por tanto, no sólo se promueve la valoración positiva de este vínculo de cercanía sentimental, sino que se ahonda en la importancia y el poder del mediador para ser la voz del otro, para convertirse en enunciador delegado, en el fondo, el único capaz de establecer una cierta reciprocidad con nosotros.

<sup>525</sup> Esto conecta con uno de los pilares que sustenta el discurso moderno del voluntariado, analizado por Bejar(2001a), la idea de que siempre ganas algo; en el fondo la ayuda se convierte en un proceso de autoaprendizaje que sirve sobre todo para mejorar, es decir, una explicación psicologista de un proceso más cercano a la asistencia clásica que a la cooperación.

vínculo afectivo para dotar de valor añadido a la gestión de recursos económicos, de ahí que a las aportaciones económicas se les añada “calor humano” y se afirme que a los niños hay que demostrarles “que detrás de los proyectos y las organizaciones hay personas que se preocupan por ellos”, porque según esta organización “ser recordado es sentirse querido”. Se produce un ahogo expresivo por el exceso de intimidad, reforzado por el hecho de que lo que importa en



Figura 249 Intermon (2003)

este modelo es la motivación, no los resultados de la acción. La apertura de espacios que están cerrados o distanciados en otros lugares es una oportunidad que se ofrece a los destinatarios para sentir, dejar hablar al corazón, en definitiva para tener experiencias. Esta dimensión afectiva y moral no sólo sirve a los sujetos solidarios, sino que como explicamos legitima al sistema experto como tal.

Esta comunicación narcisista implica el acceso total, la mirada panóptica, explicada en el capítulo VI, orientada tanto al sentimiento propio subjetivo, como al sentimiento de aquél con el que se empatiza, ya sea mediante afectos positivos como la esperanza, el placer de estar en relación, el agradecimiento, etc., ya sean negativos asociados al sufrimiento, siempre enmarcado como una pasión amable. La mirada panóptica nos da acceso a lo que siente el infeliz y lo que desea el necesitado. De ahí deriva la práctica de sobre-exposición y saturación representacional mediante la que fagocitamos a los otros, impidiendo el reconocimiento en términos de justicia y equidad de la diferencia y la asimetría de la relación e imponiendo, en su lugar, una falsa reciprocidad en base al ejercicio compasivo. Escribe Boltanski que la metafísica de la interioridad y el sentimentalismo son un medio indirecto e hipócrita de ejercitar sobre los otros una acción.

Para mostrar la autenticidad y sinceridad de la experiencia del enternecimiento y la acción de compadecerse es necesario adaptarse a los principios de la gestualidad solidaria: el vocabulario del sentimentalismo y los recursos de la “gestualidad impresionista de la urgencia” (Boltanski, 2000:125). Gracias a estos tipos de expresión el enunciador contagia el sentimiento auténtico a otros, otras personas se conmoverán gracias a la evocación de aquello que le conmovió antes y que le impulsó a tomar la palabra y contarlo, interpelando directamente a los que aún tienen duro el corazón. En la tópica del sentimiento se persigue una transformación del sujeto que le permitirá la participación en el actante colectivo 'nosotros benefactores solidarios' que se conforma en este proceso a través del contagio emotivo, de la unión de las buenas voluntades, como estrategia principal de persuasión. Como veremos a continuación, esta expresividad sentimentalista demuestra su autenticidad a través del desbordamiento, de la falta de control; según Boltanski, no hay espacio para distancias reflexivas ni para objetivaciones.

Además, la temporalidad de la urgencia en el desvelamiento afectivo converge con la tonalidad de la urgencia en el cronotopo de los desafortunados. En la medida en que ellos necesitan urgentemente nuestra intervención, mayor intensidad adquiere nuestra turbación frente al sufrimiento y más urgente aún es la necesidad del sujeto afectado de dar expresión y manifestar lo sentido como una vía de acción. La urgencia es lo que convierte a una causa de sufrimiento en una causa digna de piedad y compasión, es la forma en la que este discurso está entonado. Sin embargo, esta modalización temporal no afecta de igual manera al nivel del enunciado que al de la enunciación. En la tópica del sentimiento, en el nivel de la enunciación, el espacio de lo urgente son las intervenciones afectivas del espectador, su transformación en actor es lo que no puede retrasarse, mientras que lo enunciado sobre la situación desesperada y la necesidad urgente de los infelices se muestra como un contexto atemporal.

Lo que surge de dentro espontáneamente y con urgencia es la verdad sin condiciones, por ello, la auto-revelación es la medida de la credibilidad. La autenticidad emotiva elimina la duda sobre el compromiso del enunciador que no tiene ya que justificar ni la motivación ni los efectos de su acción; no se precisan pruebas objetivas para valorar las diversas posiciones, basta con la interioridad. La espontaneidad se apropia de la intención, según Boltanski, lo que convierte a esta estructura de sentimiento en involuntaria y no intencional; no se puede anticipar ni desear, sólo surge porque está inscrita en la naturaleza sensible del sujeto. Supuestamente, esta expresividad no puede mostrarse artificial, no puede remitir a su marco de sentido ni puede desvelarse como construida, sino que es naturalizada como emoción. Este

objetivo se cumple gracias a la estetización y la labor de la mediación de la mirada panóptica que borra sus huellas en un simulacro de inmediatez, como explicamos en el capítulo VI, en los apartados sobre “Mirada disciplinaria y rostro” y “Mediación e interpasividad”.

Lo interesante de este planteamiento, como expusimos en el capítulo anterior, es que, pese a esta formulación paradójica, la formación discursiva consigue que se acepte la compasión sentimentalista *como si* fuese auténtica, natural y espontánea, y logra que funcione como un lugar de consenso. Los públicos pueden condenar moralmente, a cierto nivel, el empleo de estos patrones de emoción previstos y de las estrategias de manipulación sentimental que movilizan, pero política y socialmente son efectivas porque se sostienen sobre una figuración hegemónica.

Este tipo de expresividad sentimentalista guarda relación con lo que Bajtin definió como la palabra patética (ver nota 234). Si la palabra patética es auto-suficiente, la unión de los compasivos en una comunidad está cortocircuitada, es decir, no se produce la reciprocidad que requiere un acto compasivo en el marco de la lógica del don. La palabra patética está dotada de una orientación monológica, podríamos decir, y establece así un tipo de bloqueo que afecta a la reciprocidad -al diálogo con los otros-. En este contexto, opera lo que Esposito caracteriza como una lógica inmunitaria (Esposito, 2005), en la que participa el inmune, figura que describe a aquél sujeto o colectividad que se posiciona como quien no debe nada -no se siente en deuda-y, por tanto, su donación es fruto de un acto autónomo y auto-centrado, no derivado de la relación con otros, lo que implica que, en cierto grado, el inmune se cierra y se protege con respecto a lo diferente. Este bloqueo impide tomar conciencia de hasta qué punto lo diferente es consustancial a lo propio y a lo común. La acción inmunitaria, en un sentido general, aumenta las distancias, rompe la ligazón con la comunidad de la que los sujetos forman parte y a la que, además, deben parte de su ser como sujetos. Volveremos sobre ello en las conclusiones, ya que no cabe desechar el espacio inmunitario tan sólo en su interpretación de barrera, puesto que -como todo espacio fronterizo- está dotado de potencialidad cuando entra en un proceso de tensión entre lo inmunitario y lo comunitario, lo propio y lo diferente.

En resumen, la reflexividad emotiva narcisista es sustento de una representación cierta en la que la interioridad es referente de la exterioridad. De interior a interior, obviando los espacios intermedios, de ahí que en su hacer solidario la empresa de transporte MRW diga: “Vamos tan lejos que llegamos al corazón”.

## 7.2.5 La gestualidad solidaria

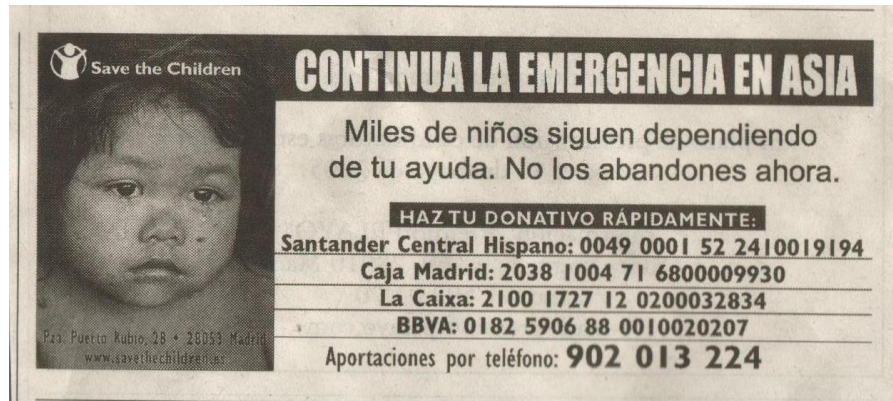


Figura 250 Save the Children (2005)



Figura 251 Misiones Salesianas ( 2001)

Pese a que el estereotipo clásico asociado a la publicidad de las ONGD apunta a una representación masiva del dolor, lo cierto es que apenas existen imágenes explícitas del llanto en los personajes sufrientes, y cuando se dan son mayoritariamente de niños (Figura 250, Figura 251 y Figura 252). Si la fuerza afectiva, la intensidad emocional y el patetismo asociados a la gestualidad solidaria no aparece en las imágenes de la publicidad de las ONGD de forma generalizada, en parte se debe a la adecuación de las representaciones a los códigos de conducta sobre imágenes del 'Tercer Mundo' que definen los límites del espacio de lo 'políticamente correcto'.



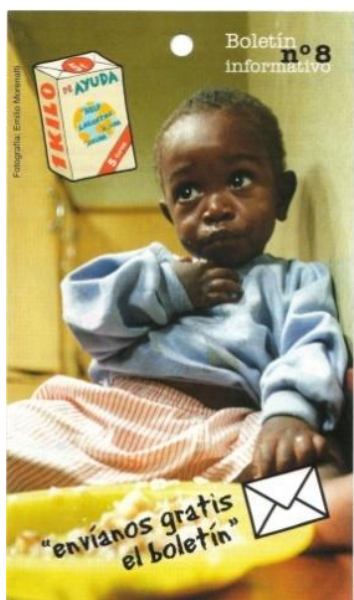


Figura 252 IUVE (2006)

A los otros se les asocia una tristeza pasiva que según Sartre (1983:93): “se caracteriza, como sabemos, por una conducta de postración; relajación muscular, palidez, enfriamiento de las extremidades. Quien la padece se vuelve hacia un rincón y se queda sentado, inmóvil, ofreciendo al mundo la menor superficie posible”. Las representaciones cronotópicas de los otros como sujetos pacientes corresponderían a esta descripción.

Las escasas imágenes de llanto o lágrimas, en la publicidad de las ONGD, además de complementarse con las del resto de género discursivos, como las prensa, se unen a imágenes evocadoras que sirven para representar de manera indirecta la expresión de dolor de los otros. Entre ellas, los anuncios de emergencias aumentan el grado de dramatismo ofreciendo

una imagen más vivida, plástica, cercana y sinestésica de la expresión del dolor de los otros.

Por ejemplo, en Codespa (Figura 253, 1999) se utiliza el juego de palabras que une gritar de dolor con pedir ayuda a gritos, propios ambos de una situación extrema. Muchas veces se emplea el recurso de las “iconotopeyas”<sup>526</sup> como, por ejemplo, la campaña de emergencia en Sierra Leona de Acción contra el hambre (Figura 254, 2000) en la que la tipografía habla metafóricamente de las personas heridas, o la campaña de emergencia en Kosovo de Acnur (Figura 255, 2000), en la que sobre un estilo de letra irregular, aparecen los caracteres rayados evocando la sensación de desgarró y herida.



Figura 253 Codespa(1999)

<sup>526</sup> Desempeñan la misma labor que las onomatopeyas a nivel fónico, se trata de creación de grafismos o escrituras peculiares que imitan o reproducen imágenes de la naturaleza, bien reales o bien atribuidas en el discurso (Sánchez, 1991:83-84).



Figura 254 Acción contra el hambre (2000)



Figura 255 Acnur (2000)

Por el contrario, a los destinatarios se les atribuye una tristeza activa, de la que el llanto es una constante explícita, ligada a la reacción de los espectadores ante el dolor<sup>527</sup>. Como explica Boltanski, el sujeto solidario compungido no se manifiesta tan sólo a través del llanto; en el desbordamiento compasivo está implicado todo el cuerpo y desde el cuerpo se entona el discurso verbal. La manifestación del núcleo humano se consigue a través del sollozo, el sudor, los nervios, la agitación y, por supuesto, las lágrimas.

Toda esta expresión auténtica emerge en el espacio público no para inscribirse en una exterioridad, sino para hacer un viaje de ida y vuelta y regresar al origen invocada por la interioridad sentimental.

Según Lutz (2001), el llanto es un valor universal, es expresión de una peculiaridad humana. Las lágrimas tienen carácter dialógico y comunicativo porque demandan una reacción, ya que siempre, según Lutz, son públicas, bien de forma directa o bien a través de sus trazas. Las lágrimas son un instrumento poderoso porque pueden modificar el ambiente en que se encuentra tanto quien las vierte, como quien las contempla o escucha. Son un reclamo, movilizan, en algún sentido, la acción del sujeto que las contempla. Por eso, Sartre creía que el

<sup>527</sup> Nos parece interesante y traducible, desde el ámbito clínico a nuestras preocupaciones, el relato que hace Sartre de la funcionalidad de la tristeza activa. El sujeto que se encuentra atrapado por la emoción de la tristeza “mientras se halle presa de su crisis de hipo y lágrimas carece de toda posibilidad de hablar. Aquí pues, no ha desaparecido la potencialidad; la confesión está aún «por hacer». Sin embargo, ha retrocedido hasta quedar fuera del alcance del enfermo, ya no puede querer hacerla ahora, sino sólo desear hacerla un día. Así, el enfermo se ha librado del penoso sentimiento de que el acto se hallaba bajo su poder, de que es libre de realizarlo o no. La crisis emocional es aquí un abandono de responsabilidad. Se produce una exageración mágica de las dificultades del mundo. Este conserva su estructura diferenciada, pero aparece como injusto y hostil porque exige demasiado de nosotros, es decir, más de lo que es humanamente posible darle. La emoción de tristeza activa en ese caso es, pues, una comedia mágica de impotencia” (Sartre, 1983:95-96).



llanto es un intento activo de transformar el mundo<sup>528</sup>, sobre todo cuando lo consideramos demasiado complicado como para hacernos cargo de nuestra responsabilidad en él y utilizamos la tristeza activa para actuar –magnificándola– nuestra sensación de impotencia.

Existe una cultura de las lágrimas que afecta a nuestra comprensión y experiencia de las mismas<sup>529</sup>. En opinión de Lutz, el llanto opera, a menudo, en los momentos en que somos menos capaces de expresar verbalmente emociones complejas, “desbordantes”, cuando somos menos capaces de articular con plenitud nuestros múltiples y entreverados sentimientos, dado que las lágrimas suelen estar acompañadas de emociones contradictorias (Lutz, 2001:16). De esta forma, el llanto está vinculado al predominio de los sentimientos sobre la razón y del lenguaje gestual sobre la articulación verbal.

Comentamos en el capítulo IV que en la novela sentimental está el origen de nuestro



**Figura 256 Lichtenstein, Desesperada, (1963)**

vocabulario sentimental actual, caracterizado por la riqueza y la precisión de términos, relatos afectivos tópicos, así como de modos de enunciación apasionada. Todos estos aspectos configuran, en conjunto, el estilo emotivo<sup>530</sup>. En la novela sentimental cristaliza un repertorio semántico que describe los hechos psíquicos y los estados que afectan a todo corazón sensible. Para Bajtin (1989), la novela sentimental-psicológica vehicula la palabra patética, a la que antes hemos hecho mención,

que, al ubicarse en el espacio de la intimidad sentimental, pierde “las amplias proporciones políticas e históricas propias de la novela barroca, (y) se une al didactismo moral corriente, que satisface la esfera restringida de la vida personal y familiar. (...) El didactismo de esta patética sentimental se convierte en algo concreto, que penetra profundamente en los detalles de la

<sup>528</sup> En realidad esta afirmación de Sartre es más amplia: “Es fácil ver que toda aprehensión emocional de un objeto que causa temor, ira, tristeza, etc., no puede realizarse sino sobre el fondo de una total alteración del mundo” (Sartre, 1983:120).

<sup>529</sup> Como el resto de expresiones emocionales, está sometida a cambios socio-culturales. En este apartado haremos referencia a las lágrimas como herencia cultural del sentimentalismo y a ciertas funciones limitadas de éstas. Hoy en día nuestra vida emocional es más compleja y el proceso de contención y control emocional, que Elias ponía en el centro del proceso civilizatorio, ha variado considerablemente ciertos usos de lo lacrimógeno. Por ejemplo, hemos incorporado el reconocimiento social de las lágrimas de humillación, frustración o manipulación. “En cambio, en los nuevos papeles y espacios públicos creados por el capitalismo industrial y sus relaciones y rutinas organizadas racionalmente, el llanto y toda la expresividad emocional había sido totalmente olvidado” (Lutz, 2001:252).

<sup>530</sup> Estrategias de discurso como el estilo indirecto libre están en la base de la mezcla de registros como los que precisa el sentimentalismo, esto es, unir en un mismo relato la explicación de sucesos externos y el universo afectivo de los sujetos que participan del relato.

vida de cada día, en las relaciones íntimas de la gente, y en la vida interior del individuo. (...) Se crea la zona espacial-temporal específica del patetismo sentimental de cámara” (Bajtín, 1989:211).

El llanto participa como expresión central de estas emociones narrativas que funcionan como modelos de afectividad compartidos. A través de la novela sentimental, el llanto se convierte en un signo de valor moral, en una prueba de la sensibilidad de los sujetos, de su vida emocional. Las lágrimas son la médula del sentimiento puro, “esencia líquida de la sinceridad misma” (Lutz, 2001:44) y pueden operar como criterio de verdad. Nuestra herencia lacrimógena es también, en este sentido, narcisista, ya que hemos aprendido que “llorar nos permite distraernos de la causa de nuestra angustia y voltear hacia el interior, desatendernos del mundo y fijar nuestra atención en nuestras sensaciones corporales o en nuestros sentimientos, que en ese momento rebasan al mundo o, cuando menos, nuestra capacidad para procesar cualquier información nueva que provenga del exterior” (Lutz, 2001:20). Quizá por esa razón las lágrimas de los otros no nos interesan tanto como las nuestras y de ahí que las tuyas –bien explícitas, bien presupuestas- sean unas lágrimas empáticas, reflejo de las que nosotros, como buenos seres humanos, estamos en condiciones de derramar, lo hagamos o no, porque cabe la posibilidad de que los delegados de la enunciación lo hagan por nosotros.

En la televisión hemos encontrado los mejores ejemplos de estas reacciones adecuadas a los sujetos solidarios. La gestualidad sentimentalista es una estrategia discursiva desplegada con profusión, sobre todo, en las galas, programas especiales y telemaratones. Escogemos como ejemplo el telemaraton “Padrinos para el triunfo”<sup>531</sup> (22 de Diciembre de 2002) emitido en TVE y el programa de la cadena La Sexta “Solidarios” (20 de Septiembre de 2007). En ambos programas los protagonistas, ya sean los concursantes de “Operación Triunfo”, o famosos solidarios como el futbolista Iker Casillas y la modelo Eva Gonzalez en “Solidarios”, actúan como figurativizaciones de los destinatarios. Estos programas funcionan, por un lado, como puntos de acceso al sistema experto, según explicamos en el Capítulo V, y, por otro, como espacios públicos en los que compartir la comunicación narcisista de corazón a corazón y reforzar el agenciamiento enunciativo de la comunidad de benefactores solidarios.

En la gala “Padrinos para el Triunfo” la apelación performativa a un nosotros españoles benefactores fue una constante; el conductor del programa invitaba a los espectadores a

<sup>531</sup> La Gala tenía como finalidad el apadrinamiento de niños y las donaciones realizadas en forma de niños apadrinados fueron entregadas a las ONG: Ayuda en Acción, Plan Internacional, Intervida y Fundación Vicente Ferrer. Fueron apadrinados hasta el final de la gala 100.196 niños. Este programa fue el más visto durante su franja horaria con una media del 25% de la audiencia.

formar parte del colectivo de los españoles solidarios participando sinceramente de la intimidad solidaria que el programa proporciona: "Gracias a TVE por apostar por la solidaridad de todos los españoles...se pueden dirigir de verdad, de corazón, si quieren apadrinar un niño". El resultado anticipado se fue confirmando: "Son las 10:05. 43.000 niños apadrinados. Gracias a todas las personas que están siendo solidarias con niños, familias y comunidades del Tercer Mundo".

También fue constante el uso de presupuestos, tanto los que afectaban al carácter del nosotros –lo que convierte a los espectadores en solidarios, más que apadrinar, es su esencia humana mostrada en ese acto-, como a las informaciones presupuestas acerca de los sufrimientos que aquejan a los otros a quienes se está ayudando. "Así somos los españoles a la hora de juntarnos a trabajar con las ONG." "Hay poco que decir, todo el mundo es muy consciente de las dificultades que están pasando todos esos niños." "Dejarme daros las gracias, gracias de todo corazón por estar ahí, en esta gala tan especial." La gala terminó con la afirmación triunfal del 'nosotros solidarios' fuertemente enraizado en la identidad nacional. "Estamos sorprendidos de lo solidarios que somos en España....somos los mejores, (...) se me ha ido ya."

En este programa los concursantes cumplían un rol esencial, aparecían representados en calidad de un destinatario cualquiera que se somete a un proceso de toma de conciencia. En la primera fase actuaron como espectadores previamente escépticos, una desconfianza que también se presupone de la audiencia. Su testimonio sirve para dar fe y legitimar la acción solidaria que llevan a cabo las ONG. "Yo pensaba, pues como todo, llegará o no llegará, pues sí llegan. Hay muchos proyectos, te enseñan para que el día de mañana puedas salir a delante. Lo puedo decir porque de verdad lo he vivido." "Aportar ayuda vale la pena. Llega Plan y crea la escuela y pone profesores, compra libro y material. Yo la verdad como todo el mundo, nunca había visto qué se hacía con ese dinero y ahora doy fe por lo menos de que se cumple."

Para vencer sus reticencias frente a las ONGD, acuden como testigos directos a los lugares de la miseria anulando la distancia con los infelices -algo que no está al alcance de la mayoría- y a su regreso narran esa intensa experiencia vital. Un viaje cargado además de una fuerte dosis de aventura, ya que se desplazan a lugares fronterizos, peligrosos. Este cariz aventurero se explicita, por ejemplo, en la cabecera del programa "Solidarios" a través de una estética que evoca las películas de aventuras tipo *Indiana Jones*.

Estos son algunos de los testimonios que los testigos hicieron a su regreso; hacemos énfasis en los enunciados que expresan el efecto del sufrimiento sobre el testigo compasivo: "Ha sido una

experiencia brutal, me lo he pasado super bien, quién mejor que nosotros para que la gente vea lo que hay allí en esos países pobres, subdesarrollados. Aquí está todo el mundo para ayudarlos. (...) El recibimiento impresionante...era como si nosotros fuéramos algo importante. Como si fuéramos su salvación". "Ha sido impactante, ver lo que siempre ves por la tele y que en realidad nunca terminas de ver porque siempre intentas cambiar el canal, porque te da pena, te da tristeza ver lo que está pasando esa gente (llora) ellos me han dado más a mí. Yo les he dado, pero ellos me han dado el darme cuenta, dios mío ellos tienen mucha alegría cuando los ves por la tele no lo ves...yo les he dado pero no lo suficiente porque yo soy una persona y en realidad tenemos que ser más lo que ayudemos a esos niños, pero sigo insistiendo en que ellos me han dado mucha felicidad...no hacían falta las palabras con una mirada bastaba todo. Me quedo con el seguir luchando en la vida y dar una oportunidad a esa gente." Este discurso está modalizado a través de un proceso de inmersión total en la emoción, una conmoción en la que quedan incluidas no sólo sus palabras sino toda su corporalidad. "Yo estoy emocionada, estoy agotada físicamente de la emoción. (...) y hoy aquí ha habido corazón aquí, afuera, delante, detrás, en Madrid, en Barcelona, en las Palmas". "Casi, casi tengo taquicardias".

Entre otros aspectos interesantes de la cita, nos gustaría destacar el momento en que se produce la reacción esperada y la cantante llora apenada ante la contemplación del sufrimiento, siguiendo el guión preestablecido de la actuación afectiva y moralmente correcta. Cinco años después, en el reportaje "Solidarios"<sup>532</sup> la modelo Eva González, tras compartir una mañana con los niños pequeños de una escuela en Sierra Leona, haciendo gala de una actitud maternal, lloraba en la despedida pensando en la situación en que dejaba a esos niños y entre sollozos afirma: "No verás es que me dan mucha pena los niños, la ilusión que les hace todo por poquito que sea. Y que haya gente luchando por ellos me parece...". Impresionada por su alegría, generosidad, incluso por lo bien planchados y limpios que iban al colegio en un contexto que para ella era de miseria extrema, en el que lo lógico sería llorar, estar triste e ir sucio.

<sup>532</sup> En una de las secuencias publicada en la web de El Mundo (<http://www.elmundo.es/elmundo/2007/09/17/videos/1190042826.html>), el responsable de la ONGD en Sierra Leona dice: "Esta es la escuela que hemos construido gracias a la ayuda vuestra". En la siguiente imagen la modelo se pone a llorar y afirma entre sollozos: "No verás es que me dan mucha pena los niños, la ilusión que les hace todo por poquito que sea. Y que haya gente luchando por ellos me parece..." Un poco después, colgado de un árbol, en medio de un descampado, se cuelga una placa de agradecimiento a la Fundación del Real Madrid por los proyectos que va a poner en marcha en un futuro.

Ya explicamos más arriba que la figura del benefactor puede o no implicar la representación del desafortunado, pero en un discurso sentimentalista como el del telemaraton suele tener cabida. En la gala “Padrinos para el triunfo”, los infelices agradecidos participaron de varias formas. Evocados como sujetos en espera de ayuda: “Aparte de agradecer a todo el mundo que está llamando, quiero decirles que os acordéis de estos niños cualquier mes del año, que no nos olvidemos. Que nos acordemos a lo largo de todo el año que hace mucha falta. Ellos lo están esperando siempre.” También a través de videos en los que ellos dan testimonio de su agradecimiento, aumentando la verosimilitud y la intensificación emotiva. En uno de los videos una mujer de Senegal les dice a los padrinos que con su ayuda hay menos pobreza, hay más escuelas y explica que los niños apadrinados sueñan con abrazar a sus padrinos algún día. En otro video, un padre de familia manda un saludo, desea Feliz Navidad y dice: “Que dios les bendiga por los beneficios que mandan para acá.” En el programa “Solidarios” el recibimiento a los dos personajes españoles recuerda al de una visita de estado o el de un personaje del espectáculo conocido a escala global.

La recreación del infeliz agradecido participa además de la glorificación de la causa en la que se ha intervenido y sirve para ensalzar aún más la posición del benefactor desinteresado. Esta glorificación se consigue gracias a la imagen de extrema bondad que caracteriza a los pobres infelices, de ahí la proliferación de discursos idealizados acerca de los otros, en consonancia con el modelo *mimicry* y buen salvaje que mencionamos en el capítulo anterior. Transcribimos algunos de ellos: “Estas personas- estos niños- que no tienen nada comparten todo, hay que tomar ejemplo de estos niños. Todos trabajando en común y eso es precioso.” “Estuve en la India, lo que pude ver gente estupenda pero muy necesitada.” “Al ver el contraste entre nuestro mundo y el suyo. Nosotros tenemos cosas y ellos tienen vida. Nosotros necesitamos su vida y ellos necesitan nuestras cosas”.

Una de las concursantes de Operación Triunfo relata esta condición de los otros al hablar de la dura experiencia de visitar un mercado sin condiciones higiénicas en el que los niños trabajan y viven en condiciones muy precarias: “y claro eso te llega al alma porque ves que en parte está en tus manos el hacer que el niño en vez de estar trabajando...que pierden su infancia con esa tristeza...pero lo que no pierden es esa humildad y esa bondad y te dan las gracias simplemente con la mirada tan profunda. Tienes que estar allí y volveré, voy a volver porque lo necesitas. Tu humanidad lo necesitas el contacto con esas personas y te digan cuando vuelves, volveré pronto, porque sí.

También hay espacio en este tipo de programas para mostrar la imagen de los solidarios de a pie, personas como el espectador que indica de forma más directa si cabe cual es el proceso de transformación solidaria propuesto. En la gala “Padrinos para el triunfo” da testimonio un hombre que viajó a la India a conocer a su apadrinado; en sus palabras resume con claridad los principios de la metafísica de la interioridad: el obstáculo de la indiferencia, la centralidad del corazón, el contacto con la miseria como un hecho de transformación vital, los efectos emocionales, el intento de contagiar a otros su experiencia y decisión, el paso del rol de espectador al de actor y la alusión al discurso legitimador de las ONG. “El corazón mío no era tan sensible como el de mi esposa. Hace mucha falta que la gente apadrine niños, hay un antes y un después del viaje a la india. Veía a la gente pobre que sale por la televisión. Me he sentido realizado. Estas organizaciones que se dedican a hacer el bien, a coordinar todos los esfuerzos para ayudar a los necesitados. Miserable cantidad que no nos supone nada pero el conjunto supone mucho para esta gente.”

Los rituales sentimentalistas de la compasión, inscritos en este caso en un formato televisivo, promueven una respuesta emocional pertinente. La situación que se describe en estos programas corresponde con el uso de las lágrimas que tiene lugar cuando los individuos y las comunidades lloran al volver a su estado normal, después de un periodo de excitación y adaptación (Lutz, 2001:280). Llorar frente al sufrimiento de los otros puede ser una reacción provocada por la proyección de nuestro papel como héroes, es decir, activado por la imaginación de nuestro ser y posicionamiento social como sujetos dispuestos a desarrollar acciones y tener sentimientos que serán aprobados por los demás, y con ello además cumplimos y nos adecuamos a papeles sociales iconográficos. De esta forma, el llanto ritualizado que nos ofrecen las representaciones de los destinatarios en estos textos mediáticos son una suerte de éxtasis en el cumplimiento del deber<sup>533</sup>.

El ritual del llanto solidario compartido, al igual que la exaltación de la capacidad de ser solidario y ofrecer esperanza, es una de las expresiones del sujeto interpasivo, mencionado en el capítulo anterior. Cuando el llanto se ritualiza puede cortocircuitar otras emociones y acciones que podrían desplegarse a partir de la representación lacrimógena, ya que –aunque existe una orientación tópica prevista- no está determinado de antemano cuál tiene que ser la reacción frente a un discurso emotivo. Por ejemplo, según Lutz, “cuando lloramos a

<sup>533</sup> Este papel de las lágrimas está relacionado con su secularización durante el periodo ilustrado cuando, según Lutz, “el hombre sincero ofrecía sus lágrimas no a Dios sino a otras personas (...) lo que podía provocar (o no) un nuevo acceso de lágrimas de gozo, haciendo posible la forma ideal de comunicación (o la agonía por la falta de correspondencia) (Lutz, 2001:52).

consecuencia de un comercial televisivo sobre los niños famélicos, en ocasiones lo hacemos, en lugar de sacar la chequera” (Lutz, 2001:312). El llanto como expresión de la compasión sentimentalista puede funcionar como un sustituto de la acción, manteniendo al espectador en su lugar y obstaculizando su conversión en actor<sup>534</sup>.

No obstante, este modelo de las lágrimas sinceras también ha sido fuertemente cuestionado. De hecho, “la crítica de la sinceridad y de las lágrimas en tanto signo de sinceridad, tiene una historia paralela a la del entronizamiento de la sinceridad como virtud capital” (Lutz, 2001:61). No es extraña la crítica a las lágrimas de los otros, la calificación de su expresión como lágrimas manipuladoras con las que se pretende conseguir los beneficios no obtenidos por el trabajo y el esfuerzo. Las “lágrimas de cocodrilo” son una estrategia de distracción fuertemente sancionada por los públicos cuando éstos no adoptan una actitud compasiva sentimentalista. Sin embargo, al mismo tiempo, las lágrimas son también el instrumento de interpelación con el que la formación discursiva dota a los otros subalternos, puesto que se les niega el acceso a otras formas de poder.

## 7.2.6 Palabra pública y sentimentalismo

La tónica del sentimiento nos propone abrir el corazón, establecer vínculos entre interioridades. Esto plantea diversas cuestiones de interés para esta tesis. ¿Qué límites tiene la comunicación por contagio afectivo? ¿Cómo puede la tónica sentimental participar en la esfera pública? ¿Qué relevancia política puede tener esta propuesta? ¿Es la disposición emocional de esta tónica necesaria para la activación de un agenciamiento enunciativo colectivo desde el que abordar la desigualdad, la justicia y la búsqueda de soluciones políticas? ¿Y suficiente?

Según Boltanski, la dimensión política del sentimentalismo se cifra en que la expresividad compasiva es una forma particular de tomar la palabra en el espacio público. La obligación de comunicar y compartir la experiencia producida por la contemplación del dolor transforma a los espectadores en actores que se responsabilizan, al menos, del conocimiento sobre la existencia de dicho dolor.

Indagando en el posible potencial político que puede estar implicado en el sentimentalismo, creemos que éste puede participar de algunos agenciamientos colectivos en el espacio

---

<sup>534</sup> El llanto se reinventa y la solidaridad es un espacio en el que este tipo de llanto sentimentalista pervive, junto con otros productos de la cultura masiva: primero fueron los melodramas, las telenovelas, los *happy-end* de Hollywood y hoy los *reality-show*, los programas de testimonios y la nueva fórmula del casting de ilusiones en directo. Las lágrimas, como cualquier otro tipo de lenguaje, pueden servir para cualquier tipo de proyecto, ya sea sublime o ridículo.



público; si bien, como veremos más adelante, es probable que estén aquejados de cierta fragilidad. Por ejemplo, el sentimentalismo podría funcionar, aunque no por sí mismo de manera suficiente, como una herramienta para conformar, en el espacio del imaginario socio-afectivo, una especie de “masa densa”, según la denominación de Canetti, en las que los individuos fuesen capaces de contactar con otros extraños para compartir con ellos un territorio común.

Sin embargo, a la luz de lo expuesto en este apartado, lo que más destaca de la tópica sentimentalista con respecto a la configuración de agenciamientos políticos son sus limitaciones. Veamos algunos de sus límites. Esta tópica desarrolla una representación del sufrimiento que, habitualmente, se presenta como indiferenciada y esencializada, es decir, se ubica en la frontera de los sufrimientos inevitables. Esta posición que propicia cierta querencia hacia la resignación y el sentimiento de impotencia, se activa por el tipo de representaciones cronotópicas hegemónicas que relatan el sufrimiento y las condiciones de desigualdad de los otros como algo ajeno y distante con respecto al cronotopo del nosotros afortunados. El ethos de la urgencia impide el despliegue de una temporalidad de lo común y de la política, esto es, un tiempo en el que pueda tener lugar algo similar a lo que Boltanski y Chiapello llaman la ciudad por proyectos. Junto a esto, la representación desubjetivizada de los infelices, sometidos a un proceso de singularización extrema, les resta identidad y capacidad de agencia, su existencia es concebida como ejemplarizante más que sobre una base en la que sustentar una relación intersubjetiva.

Estas características hacen que la representación de estos sufrimientos “cuasi-inevitables” sea ajena a la noción de causa y a las posiciones diferenciadas, jerarquías y equivalencias que definen a ésta en un régimen de justicia. Además, esta tópica del sentimiento, al enraizarse en los postulados del narcisismo, elude, o más bien obstaculiza, la cuestión de la responsabilidad y conduce a la inacción moral y política.

Por otra parte, en el sentimentalismo la manifestación del artificio, la mostración de las condiciones de construcción del discurso y del conocimiento situado, son percibidas como pecados imperdonables. Sólo caben la literalidad, sinceridad y autenticidad como marco interpretativo del discurso solidario. Esto implica que, como estrategia, el sentimentalismo no reconoce como proceso legítimo mecanismos que controlen la inmersión y permitan a los sujetos participar en un espacio comunicativo definido por la exterioridad -frente a la interioridad emotiva- que también esté dotado de un cierto grado de impersonalidad, distancia, contención, etc.

Una de las formas de cuestionar esta tónica es hacer referencia a su marco metacomunicativo, es decir, emplear recursos capaces de sacar a los sujetos de su interioridad, bien cuestionando su lógica, por ejemplo, o confrontándola con otras tónicas alternativas como la de la denuncia, como veremos en el siguiente apartado. Estas estrategias permiten desplazar este marco hegemónico o, al menos, matizarlo, ya que no siempre las campañas, pese a la intención que se percibe, han logrado romper con el sentimentalismo, e incluso puede que en ciertos casos éste haya salido reforzado, como en el spot de Global Humanitaria (Figura 258) Figura 258 Global Humanitaria (2007) o en el anuncio de contrapublicidad de Consume hasta morir (Figura 257), diseñado por Ecologistas en Acción.



**Figura 257 Ecologistas en Acción (Consume hasta morir)**



**Figura 258 Global Humanitaria (2007)**

En esta tónica se genera y moviliza un espacio de valor y emoción, una escena enunciativa regulada por la voz de la moral sentimental y la interioridad narcisista, que vincula en un territorio íntimo al conjunto de espectadores individualizados que conforman la comunidad de los benefactores solidarios compasivos junto con los sufrientes agradecidos ejemplarizantes. El repertorio emocional que tiene cabida en este espacio íntimo es el de lo privado, pero no en el sentido de propio a una conciencia singular responsable, sino en el sentido de lo adecuado y pertinente a todo ser humano compasivo. El modelo de emotividad sentimentalista, basado en los supuestos de lo instintivo y esencial de las emociones, produce un efecto de homogeneización en la representación de los destinatarios. Además, el simulacro de pluralismo y de una supuesta libertad de alternativas, propio de la lógica del consumo, refuerzan la hegemonía de este modelo.

Esta situación reduce la cantidad de respuestas posibles en el marco de la tónica. En primer lugar, los sujetos solidarios pueden enternecerse, compadecerse, es decir, dejarse embargar

por la emoción, en cuyo caso estaríamos ante un posicionamiento híbrido entre el sentimentalismo y lo que Boltanski denomina una tópica estética.

En segundo lugar, los sujetos pueden resistirse al despliegue de esta emotividad de varias formas. Por ejemplo, podrían entrar en *shock*, lo que provocaría un estado de paralización debido a la impotencia sentida frente a lo contemplado, que no ha podido insertarse en un relato explicativo suficiente. Por otro lado, la inacción puede estar provocada por una decisión activa, derivada del deseo de mantenerse indiferente frente a lo que se observa.

La norma de interpretación hegemónica dicta que todo ser moral debería estar conforme con los planteamientos de este discurso, a riesgo de que, en caso contrario, pueda ser tenido por un sujeto asocial. Sin embargo, la apertura a la resistencia permite a un sujeto cuestionar o negar las presuposiciones de este discurso, no creerlo y considerar que existen otras formas de discurso posible, como ya hemos apuntado. Entre ellas destaca la tópica de la denuncia; por ejemplo, se podría negar la idea de que la desigualdad depende de un sujeto individual y que son una serie de instituciones y sujetos colectivos los que deberían hacerse cargo de la inequidad y la injusticia. También se puede deslegitimar al enunciador de estos discursos sentimentales-solidarios, esto es, a las ONGD, cuestionando su voz y autoridad, acusándoles, por ejemplo, de interesados o corruptos. Y, por último, también se puede argumentar la opción de permanecer al margen y la indiferencia haciendo a las víctimas responsables de su propia situación.

Teniendo en cuenta todas estas limitaciones y dificultades surgidas en el recorrido tópico, volvemos sobre las preguntas que abrían este apartado y que conducen nuestra reflexión sobre la presencia del sentimentalismo como palabra pública. Según Boltanski, la palabra pública tendría que ser capaz de distinguir entre un modo de mirar y de dirigirse a los demás orientado hacia un espacio exterior común, en este caso animado por la intención de ver cesar el sufrimiento y un modo de mirar egocéntrico y narcisista, en el que el discurso público queda absorbido por la omnipresencia de los estados de ánimo, en sus distintas variantes, suscitados por el espectáculo del sufrimiento: enternecimiento, fascinación, horror, interés, etc. En el segundo caso, la autoreferencia constante a la subjetividad y la intención impide calificar las acciones y los resultados de ésta, es decir, apelar a la responsabilidad de los sujetos en relación a sus actos. La palabra pública debería ser capaz de abordar todos los aspectos de la agencia y la responsabilidad que cada uno tiene con respecto a los demás y, para ello, la tópica de la emotividad compasiva –que retorna siempre a la interioridad subjetiva– no proporciona

argumentos ni valores suficientes en el espacio en el que se buscan y construyen las justificaciones normativas.

Por otra parte, tomar la palabra es siempre hacerlo con perspectiva y en relación a una instancia de mediación (o ciudad). El mantenimiento y refuerzo de una tópica discursiva como la sentimentalista es posible porque históricamente se ha consolidado una amplísima riqueza discursiva emocional capaz de mostrar hasta los más mínimos detalles de la vida psíquica, unos vocabularios y estrategias que aumentan con el paso del tiempo. Por el contrario, es mucho más escasa la elaboración de imaginarios que apunten a otras figuraciones del mundo, a la interrelación de sujetos y colectividades responsables, a modelos de sociedad global que den cuenta de las dinámicas paradójicas y conflictivas entre identidad y diferencia, etc. Tampoco parecen proliferar las figuraciones en las que los infelices tengan acceso a otras posiciones de sujeto, lugares enunciativos en los que frente al discurso narcisista auto-reflexivo se active una disposición a la escucha, incluso capaz de estar atento a los silencios, las ausencias y las carencias.

Boltanski defiende que la expresión sentimentalista puede interpretarse como una vía hacia la denuncia indignada; sin embargo, desde nuestro punto de vista, la complacencia y la pasividad que acompañan a esta tópica son incompatibles con el impulso a la acción que acompaña el deseo de transformación del espacio político.

Si la idea de humanidad que está en la base de esta tópica se adopta como modelo, podría argumentarse que la ampliación de sus límites de inclusión sería suficiente para alcanzar un *ethos* humanitario en el que todos, incluidos los infelices, tuviesen cabida. No obstante, no creemos que la repolitización de la tópica del sentimiento pase por una ampliación de este tipo de vínculo *ad infinitum*. Si la posición de sujeto remite siempre al sí mismo como uno idéntico -el mejor ser humano y ciudadano-, se cortocircuita el encuentro con los otros, no tienen cabida y menos aún en un espacio como el de la mediación que no es ilimitado, sino que está sometido a cierta economía simbólica.

Hegemónicamente, la tópica del sentimiento promueve un modelo de comunidad hipersingular. "Este compartir intimidades, como ha dicho Richard Sennet, tiende a ser el método preferido, tal vez el único que queda, de 'construir comunidad'. Esta técnica de construcción puede engendrar 'comunidades' sólo como emociones frágiles y efímeras, dispersas y erráticas, que se deslizan de un objetivo a otro y están a la deriva en la búsqueda, por siempre inconclusa, de un sitio seguro" (Prologo de Bauman en Beck y Beck: 2003:26).

La búsqueda de causas temporales en torno a las que solidarizarse, desde el marco sentimentalista, se resuelve conforme a la lógica del individualismo institucionalizado (Beck y Beck, 2003). Como sucede en el ejemplo del telemaratón, no se trata de establecer vínculos entre individuos aislados esencialmente egoístas, es un mecanismo más complejo sustentado por una "colectividad paradójica de individualización recíproca". Para Beck "hay señales que apuntan a una ética del 'individualismo altruista'. Cualquiera que quiera vivir una vida propia debe ser también socialmente sensible en grado elevado" (Beck y Beck, 2003:31). Esto permite que existan estilos de vida y proyectos vitales que adquieran sentido a través de la acción solidaria.

Una de las representantes de las ONG, al finalizar la gala de "Padrinos para el triunfo" en los agradecimientos afirma: *"Y en tercer lugar lo que tenemos que agradecer es que lo que hacen con su actitud es respaldar el esfuerzo de los que hemos hecho de la lucha contra la pobreza un proyecto de vida."* Otro decía: *"cuando la gente nos aplaudía pensaba pero si nosotros somos unos privilegiados, si disfrutamos de lo que hacemos".*

Por tanto, si aceptamos que el individuo se ha convertido en la unidad básica de reproducción social, comprenderemos que el tipo de vínculo que se propone desde la tópica del sentimiento sea aquél en el que la experiencia compartida es la de la individualización y fragmentación de las situaciones biográficas y, al mismo tiempo, la de una preocupación por los que sufren que, como mostramos en el anterior capítulo, surge de nuestra posición inevitable como espectadores del mundo 'desigual' en la globalización. Nos hallamos ante la necesidad de "buscar soluciones biográficas a contradicciones sistémicas".

Ricoeur nos recuerda que el poder sólo persiste cuando los hombres actúan en común y desaparece cuando se dispersan mientras los infelices -los otros- sean hombres-masa para nosotros, difícilmente podremos interactuar con ellos, considerarlos interlocutores y establecer vínculos basados en un interés común. Pero este modelo de relación sentimentalista, como planteamos al analizar la mirada disciplinaria, no sólo afecta y condiciona los patrones de relación nosotros-ellos, sino que también incide en los modos en que los sujetos solidarios se identifican con figuras, disposiciones afectivas y guiones de acción para el ejercicio de la ciudadanía en el marco de la conformación de la comunidad del nosotros.

## 7.3 Tópica de la denuncia

### 7.3.1 Recorrido tópico y arquitectura enunciativa

Las campañas de comunicación de las ONGD utilizan progresivamente con mayor frecuencia recursos y estrategias propias de la tópica de la denuncia. Ésta dibuja un recorrido alternativo -narrativo, argumental, afectivo y axiológico- ante la contemplación del sufrimiento a distancia, aunque comparte con la anterior tópica –sentimentalista- la piedad como impulso catalizador. La tópica de la denuncia pone en juego, junto con la piedad y la movilización empática, otros recursos de diverso orden; sobre todo, la indignación como emoción articuladora que regula el horizonte axiológico y de sentido sobre el que se construye una versión modificada del universo cronotópico hegemónico descrito con anterioridad.

Este recorrido tópico plantea varias fases, que aumentan su grado de complejidad y densidad discursiva, afectiva y axiológica, pero no todas ellas se desarrollan en el discurso público hegemónico y no lo hacen de la misma forma. Analizaremos cómo diversas versiones de la tópica de la denuncia se traducen a estrategias discursivas en el ámbito de la publicidad de las ONGD. Las tópicas, además, no se activan de forma aislada y mutuamente excluyente sino que, en muchas ocasiones, se dan formas híbridas. Podemos recorrer, por tanto, un espacio discursivo que va desde las representaciones que mezclan sentimentalismo y pseudo-denuncia hasta aquellas que tratan de desplegar al máximo los presupuestos de la tópica de la denuncia. El recorrido narrativo de la tópica de la denuncia parte del mismo eje articulador o principio rector que la tópica sentimentalista, la piedad o compasión suscitada por la contemplación de un sujeto distanciado que sufre; sin embargo mientras que en el sentimentalismo la atención se concentra en el sufriente, en su dolor y en el efecto que toda la escena provoca en el espectador, en la tópica de la denuncia la emergencia de la indignación traslada el foco e incorpora nuevos sujetos y contextos: los responsables.

Esta tópica se caracteriza por ser un discurso explícitamente dialógico que adopta la forma de la controversia (Boltanski, 2000:103). Un tipo de discurso que, en el caso de la publicidad de las ONGD, irá abandonando el territorio del narcisismo complaciente para abordar la confrontación y el conflicto que subyace a todo acto de denuncia, aunque ésta no siempre alcance el grado máximo de su potencialidad.

La indignación opera en esta tópica no sólo como una emoción que inunda a los sujetos, como sucedía con la compasión sentimentalista, sino que además, y principalmente, actúa como una

disposición para la acción. Esta orientación pragmática es la característica principal de la tópica de la denuncia que atañe de manera directa a la configuración de sus posibles agenciamientos enunciativos. Este desarrollo tópico pone en cuestión la figuración del espectador inactivo, condenado a la paralización frente a un sufrimiento lejano o restringido a la mediación experta. Aquí la compasión, según Boltanski (2000), se transforma, ya no se deja llevar por la sensación de impotencia y saturación emotiva ante la experiencia dolorosa de la contemplación, sino que actúa porque “se dota de las armas de la cólera”.

La relación que la denuncia establece entre indignación y cólera abre un espacio emocional que le aleja del dulce estado de las pasiones amables y confortables que caracterizan la tópica sentimentalista e incluye experiencias afectivas propias de una emoción incómoda e intensa como la ira, el enojo y la vergüenza.

En este modo de afectividad la disposición para la acción ocupa el primer plano, lo que significa que estas emociones tienen vocación de intervención directa, están asociadas a un esquema acción/reacción. Sin embargo, dado que las instancias de mediación que operan entre el estímulo y el actor emocionado son múltiples y complejas, esta disposición se interrumpe y reinterpreta según la lógica experta de la formación discursiva que hemos descrito. El impulso violento presupuesto en estas emociones se ve contrarrestado y detenido por las distancias múltiples que operan en el espacio de los espectadores y actores potenciales. La posible manifestación en términos de violencia física, supuestamente de acción directa, se sustituye por otras prácticas mediadas y mediatizadas.

El espacio de mediación que permite y en el que se inscribe esta tópica obstaculiza la acción directa, pero en su lugar da expresión a la denuncia<sup>535</sup>, no sólo como acusación sino -en un marco más amplio- como una estructura de sentimiento que despliega la concepción de la justicia como competencia.

La denuncia desplaza los cronotopos, abre las coordenadas espacio-temporales y transforma las posiciones de subjetividad; fundamentalmente, este desarrollo tópico conecta los cronotopos de los desafortunados y los afortunados. Por ejemplo, densifica los tiempos, les

<sup>535</sup> Aunque consideramos que el esquema planteado por Boltanski (2000) para explicar esta transformación es, en términos generales, adecuado y útil para abordar nuestros análisis, nos parece que su percepción es algo restrictiva, ya que se refiere a la inserción tópica de la indignación y la cólera como una traducción del contacto físico violento en palabras. Para él, esta acción directa se traduce en el género de discurso de la acusación. No obstante, la tópica de la denuncia, como la obra del propio autor muestra, implica muchos más aspectos que la mera acusación. Por ello, creemos que es más acertado abordar esta tópica en su relación con la noción de justicia como competencia, una idea que el propio Boltanski trabajó en obras anteriores, como *El amor y la justicia como competencias*, publicada en 1990.



resta atemporalidad y exige un trabajo sobre las conexiones narrativas entre el presente injusto y desigual y el pasado en el que se localizan las causas de dicho presente. También amplía las posiciones de sujeto, aparecen figuras nuevas como los responsables y los afectados, ya no siempre víctimas. En la misma línea, el espacio del futuro no es sólo el de la utopía abstracta; la orientación de la trama descubre un contexto proyectivo en el que los espectadores emocionados se transforman en actores, es decir, están dotados de un mayor grado de agencia y también de responsabilidad.

La relación empática entre el infeliz y el espectador afortunado no desaparece, responde a afectos e intensidades diferentes. La vinculación simpática entre el espectador y el sufriente se activa, dice Boltanski, a partir del resentimiento que se siente hacia las personas responsables de una situación dolorosa que se considera injusta y, por tanto, evitable. Dicho resentimiento es el que, según el autor, da acceso a la expresión de la indignación, esto es, a la ira y el enfado.

En la tópica de la denuncia, la contemplación del sufrimiento no produce tan sólo una preocupación por el infeliz y su situación dolorosa, sino que la atención del espectador se traslada hacia los posibles responsables. La búsqueda de explicaciones causales convierte la responsabilidad en el eje central y reclama una argumentación pública y política (Boltanski, 2000:103) basada en pruebas y porqués que la doten de eficacia y legitimidad<sup>536</sup>. La voz enunciativa ideal tiene que ser capaz de realizar una acusación basada en una explicación causal y en una atribución de responsabilidad desde una posición imparcial y distanciada. El espectador debe renunciar a la descripción de sus estados de ánimo frente a la infelicidad de los otros y en su lugar tiene que dar pruebas de la realidad del sufrimiento, y de los fundamentos de su acusación. En esta tópica la autenticidad y la expresión sincera del estado de ánimo no son bases suficientemente sólidas para sostener un discurso acusatorio aceptable. Para sustentar una acusación es necesario dejar el campo de la interioridad para desenvolverse en el mundo externo y ocuparse de los objetos, los sujetos y sus relaciones.

Si la emoción tiene que estar ligada a la adhesión a una concatenación de proposiciones orientadas a la búsqueda de una cierta causa objetiva que la sustente, no parece suficiente que dicho argumento sea autoreferencial o se sostenga únicamente sobre el criterio de autoridad moral del mediador. Para pasar de la descripción de los estados de ánimo,

---

<sup>536</sup> A la hora de valorar el desarrollo de esta tópica debemos tener en cuenta que los contextos del debate público político en muchos países, entre ellos España, están lejos de alcanzar la densidad argumentativa que requiere la discusión de estos asuntos. Esta falta de densidad en el debate político favorece la hegemonía del consenso, lastrando las dinámicas democráticas.

característicos del sentimentalismo, a la explicación causal y la argumentación probatoria se realiza un *debrayage*, es decir, una objetivación y toma de distancia de la voz enunciativa para conseguir comprobar y legitimar los fundamentos de la acusación. Con el *debrayage* se busca un espacio de impersonalidad que significa que se niegue el espacio para los *embrayages* anteriores y subsiguientes, esto es, para el establecimiento de espacios de intimidad y vínculos emocionales de intensidad variable. El género discursivo que adopta la tópica de la denuncia es el de la investigación o la pesquisa, un discurso que “se presenta, al mismo tiempo, como indignado y minucioso, emotivo y factual”. La tópica de la denuncia abandona la indignación para convertirse en una investigación (Boltanski, 2000: 104-105); dicha investigación debe atender a la exterioridad, al espacio compartido, y dejar de lado la indagación sobre los estados interiores auténticos propios del narcisismo.

Uno de los factores que indica la gradualidad de la tópica es el modo de figurativización de la agencia y de la responsabilidad. La enunciación en la tópica de la denuncia propone a los destinatarios una serie de agentes responsables y su aceptación implica además compromiso con respecto a las explicaciones, los argumentos, las consecuencias previstas e imprevistas por la narración, así como a los programas y propuestas de acción que acompañan y sostienen dicha atribución de responsabilidad<sup>537</sup>.

### 7.3.2 La voz enunciativa: acusación, imparcialidad y distanciada

La identificación de los agentes responsables no es ajena a la posición de enunciación y al lugar atribuido por ésta a los destinatarios. Hemos visto que el planteamiento hegemónico en el ámbito de la solidaridad moviliza una común humanidad aproblemática, niega o elude hablar de las relaciones y jerarquías en el orden social y no ofrece justificación para el *status quo* sobre el que basa su representación. Se presupone la existencia de un espacio neutral y un lugar equidistante a la escena del sufrimiento para todos los destinatarios, puesto que no existe –teóricamente– ningún tipo de relación previa ni de compromiso anterior con los sufrientes, al margen del que permite la formación discursiva. Se proclama una posición de sentido común –humano– exenta de matices. Sin embargo, la instancia de mediación en el régimen de justicia niega la posibilidad de un lugar neutro, imparcial y aséptico. La crítica de las versiones del mundo tiene que estar situada, incorporar una relación de equivalencia, un

<sup>537</sup> Siempre cabe que los destinatarios no hagan una lectura cooperativa, sino que adopten una interpretación crítica de resistencia frente a lo enunciado, en cuyo caso, se verán “obligados” a encontrar argumentos para justificar su posición y sostener una contrapropuesta.

entramado de relaciones y compromisos que modalicen los vínculos. Todo posicionamiento enunciativo está conformado por relaciones éticas densas a través de las cuales se constituyen los diversos lugares en el mundo, las figuraciones en las que los sujetos se insertan, de las que participan y las que transforman.

Esta premisa nos conduce a la polémica cuestión de la comunidad y la lealtad (Rorty, 2001, 207-217) básica para la figuración de la humanidad.

Desde un régimen de justicia movilizad por la tónica de la denuncia, no cabe plantearse que frente al dolor la compasión y la indignación surgen de la nada; de una emoción pura –no contaminada por la lealtad- que emerge de las profundidades morales y afectivas de todo ser humano. Por el contrario, esta tónica obliga a preguntarse a los destinatarios frente a quién se es compasivo, quién es este otro no en términos de identidad esencial y reificada, sino en términos históricos, económicos, políticos, sociales y culturales. El interés está en la base del sentimiento moral y sólo estando interesados nos preocuparemos por otros, nos haremos cargo de su situación, nos esforzaremos por escucharlos e imaginaremos la posibilidad de un espacio común, etc<sup>538</sup>.

Rorty piensa que “nuestro sentimiento de solidaridad se fortalece cuando se considera que aquel con el que expresamos ser solidario, es ‘uno de los nuestros’, giro en el que ‘nosotros’ significa algo más restringido y más local que la raza humana (Rorty, 2001:209). Aunque no estamos plenamente convencidos de este planteamiento, sobre el que volveremos más adelante, coincidimos con este autor en la idea de que aceptar la existencia de lealtades, de intereses previos es aceptar, en definitiva, que somos sujetos históricos y políticos, que formamos parte de figuraciones en proceso en las que se desarrollan nuestras relaciones intersubjetivas y las estructuras de sentimiento. Esto supone además un ejercicio de moral práctica –y por tanto falible- en torno a magnitudes, comparaciones, propuestas de acción, etc.

Denunciar implica adoptar una posición equilibrada, es decir, no hacerlo desde una posición excesivamente singular y marcada que pueda ser considerada interesada y excesivamente leal sólo con una parte de los sujetos implicados, ni hacerlo de manera tan distante y genérica que se corra el riesgo de perder eficacia política, impacto afectivo y relevancia moral.

---

<sup>538</sup> Este es no sólo un problema teórico, sino de moral y de ejercicio práctico, también en la intervención y actividad propias de la cooperación, que han de plantearse constantemente preguntas como: ¿es posible actuar con neutralidad e imparcialidad?, ¿se puede distinguir con claridad entre víctimas y responsables en ciertos conflictos?, ¿puede hacerse esta distinción sin reificar la condición de víctima y negarle la agencia?, ¿todo tipo de víctimas han de generar la misma simpatía? ¿Cuáles son los límites de la lealtad en la promoción de solidaridad?, etc.

En el primero de los supuestos, esta cláusula de desinterés es necesaria para conferir amplitud al compromiso y distinguirlo netamente de la toma de posición a favor de una causa de solidaridad comunitaria. La singularización extrema de los sujetos sufrientes y la cercanía excesiva a éstos puede dar pie a una crítica de los vínculos identitarios sobre los que se construye la denuncia. Según Boltanski, si se sostiene la influencia de intereses personales, el enunciador puede ser acusado de incluir en el acto de denuncia el residuo de disputas anteriores, esto es, ser acusado de resentimiento.

Para adoptar esta posición equilibrada, la tópica de la denuncia utiliza el género discursivo del caso<sup>539</sup>, capaz de encarnar el sufrimiento en un sujeto singular –individual o colectivo- y conectarlo con otras representaciones más abstractas –como las estadísticas-, accediendo de esta forma a un universal ideológico. El caso introduce en el espacio público, según Boltanski (2000a), un proceso eventual que desvela un sufrimiento particular convertido en causa. La identificación de una causa favorece la conexión de un sufrimiento particular con un contexto general a través del cual se elabora un marco de sentido.

El caso puede facilitar el establecimiento de redes causales de responsabilidad, tanto en el nivel particular del caso como en el nivel general de la estructura que lo provoca. La construcción de un caso es tanto más difícil cuanto más distantes estén entre sí agentes responsables, sufrientes o subalternos, mediadores y destinatarios porque, en consecuencia, más largas y complicadas son entonces las conexiones que se deben establecer y estabilizar.

### a) La indignación

Con respecto a las figuraciones afectivas de la enunciación, ¿de qué manera se afirma la presencia de la enunciación dentro de esta tópica? Dando curso libre a la indignación. Si la palabra patética y la expresión de compasión auténtica eran los vehículos de la presencia de la enunciación en la tópica del sentimiento, el testimonio indignado y el asco moral son su expresión en la tópica de la denuncia.

La indignación es una pasión que precisa, como todas pero en mayor medida y con mayor intensidad, de un proceso de encarnación (*embodiment*). No es un afecto que pueda quedar definido en términos impersonales; necesita del cuerpo y en este sentido es una pasión que

<sup>539</sup> Boltanski realiza un interesante estudio de la utilización de este género discursivo en la prensa (Boltanski, 1990:235-330), tomando como ejemplo paradigmático el caso Dreyfus. Analiza también las cartas al director sobre conflictos de origen laboral, elaborando la idea del caso como forma de acción social. Analiza asuntos como el sistema actancial que se despliega en la denuncia asociada a un caso y, sobre todo, el conflicto crucial acerca de la tensión existente entre generalización y singularidad.

remite a una experiencia singular -es una forma de destacar la importancia de la individualidad en el acto compasivo y empático frente al dolor. La indignación, dice Boltanski, resalta la individualidad del que denuncia, un sujeto que se posiciona contra la opinión común y el consenso, contra una situación que se reclama natural e incuestionable. Esta pasión se expresa en el tono de la voz del que no recibe mandato de nadie, de aquellos que desarrollan una posición fuertemente singular en entornos de férreo control discursivo e incluso violento, según Arendt. Los actores capaces de indignarse demuestran la valentía de ir contra corriente y difícilmente se podrán adscribir al repertorio de las argumentaciones disponibles, necesitan de un enriquecedor ejercicio de imaginación con el que poder salirse de los marcos establecidos.

La indignación como tono o estilo enunciativo consigue que el enunciador se vincule afectivamente con los datos, articula la emoción subjetiva y la causa objetiva que la sustenta, es decir, activa un agenciamiento enunciativo que garantiza la condición de ser humano sensible y moral, pese a la toma de distancia y el grado de impersonalidad que la denuncia requiere. Para esto, el enunciador se muestra no sólo como un ser racional que maneja datos y defiende su acusación al margen de lealtades, sino además como un sujeto moral que se emociona y compadece.

La indignación en la formación discursiva de la solidaridad está asociada a otras emociones, valores e instancias como el asco moral, el sentimiento de injusticia, la apelación a la dignidad, la institucionalización del lenguaje de los derechos o de la ciudadanía global, aspectos que diseñan nuevas posiciones de sujeto e instancias enunciativas dentro de la tópica de la denuncia y que, en grados diversos, cuestionan las representaciones hegemónicas.

## **b) El asco moral**

El asco acompaña en muchas ocasiones a la indignación, como expresión afectiva de la denuncia. El asco es una emoción social que se articula en torno a la metáfora de la sociedad como un cuerpo social y remite a una preocupación por el límite, por la frontera entre lo sucio e impuro y lo limpio y puro<sup>540</sup>. Lo asqueroso es peligroso porque pone en cuestión el orden y lo que más nos repugna socialmente es no saber dónde establecer los límites. Según Kant,

---

<sup>540</sup> El asco es una pasión tridimensional, implica una evaluación cognitiva, una valoración del espacio, sobre todo, fronterizo; y tiene una proyección temporal caracterizada por un breve lapso de tiempo. El asco expresa la preocupación por la contaminación, por eso es activado por lo que está fuera de lugar, lo que excede y lo anómalo. Lo asqueroso no es inerte, tiene tendencia a estar próximo y atacar, se le atribuye cierto descaro y la intención de molestar.

precisamente, señala el límite donde ya no es posible la elaboración de un juicio. Frente a esto, el asco es un instrumento emocional que le sirve al sujeto para mantenerse a salvo de todo lo contaminante, todo lo que pueda alterar dicho orden.

Como emoción defensiva el asco se inserta en una red de afectos como la repulsión, la vergüenza, el miedo, el terror, pero también puede formar parte de un universo pasional



Figura 259 Intermón Oxfam (2005)

atractivo junto a la fascinación o la curiosidad, porque el asco regula tanto la repulsión como la atracción hacia lo prohibido, transformado los objetos en fascinantes y a la vez asquerosos. Además, es una de las emociones más fácilmente comunicables a través de la identificación de sensaciones compartidas en un mundo de carácter orgánico; sensaciones que están bien codificadas en los modismos del asco<sup>541</sup>, sobre todo, en relación al tacto y al olfato,

como puede verse en el anuncio de Intermón Oxfam, “¿No te huele mal?” (Figura 259)

Exponerse al sufrimiento constituye una exposición a lo asqueroso, el dolor distante responde a este tipo de representación híbrida. El sentimentalismo puede activar el asco, entre otros sentimientos, frente a la inmoralidad de los otros y frente a la indiferencia y la apatía del nosotros, pero ¿con qué objetivo se moviliza el asco en la tónica de la denuncia? Entre otras cosas, señala la existencia de vicios colectivos, compartidos e institucionalizados<sup>542</sup>, como la hipocresía, la irresponsabilidad y la (des)vergüenza.

<sup>541</sup> Expresamos muchos de nuestros juicios morales como modismos del asco. "Los modismos del asco, como son tan viscerales, poseen algunas virtudes a la hora de expresar tesis morales. Indican seriedad, compromiso, irrefutabilidad, presencia y realidad. (...) El meollo cotidiano de la decisión moral, el control moral, la educación moral y el discurso sobre la moralidad es más fácil que haga referencia a lo asqueroso que a lo Bueno y Lo Que Está Bien. Nuestro discurso moral indica que nos sentimos más seguros de nuestros juicios cuando reconocemos lo que está mal y lo feo que cuando se trata de lo bueno y lo bello" (Miller, 1998:254-255).

<sup>542</sup> "No hay que olvidar que un número considerable de los vicios que provocan asco -crueldad, hipocresía, traición- también tienden a estar institucionalizados política y socialmente" (Miller, 1989:259). Entre los vicios enunciados en el *Diccionario razonado de vicios, pecados y enfermedades morales* (1999) hay algunos de los que se ocupa la formación discursiva de la solidaridad. La tónica del sentimentalismo focaliza sobre todo en: la culpa, la indiferencia, la apatía y el desinterés, la tacañería, el egoísmo, la desconfianza, el capricho y la misantropía o inhumanidad. Mientras que la tónica de la denuncia tematiza con más frecuencia: el conformismo, el individualismo, la autoindulgencia, la



Figura 260 Comercio con Justicia, Intermón Oxfam (2005)

En esta campaña de Intermón (2005) (Figura 260) se critica la hipocresía, no individual sino sistémica y no vinculada al cronotopo de los otros sino del nosotros. La idea central es que mientras las instituciones internacionales mantienen un discurso sobre cooperación internacional, al mismo tiempo justifican una serie de reglas injustas en el campo del comercio, que no sólo contradicen sino que condicionan y anulan el posible efecto y la eficacia de la cooperación. La campaña denuncia la hipocresía, esto es, una traición de principios<sup>543</sup>. El engaño activa nuestra indignación porque nos hace sentirnos inseguros a la hora de apoyar y legitimar las instituciones que deberían servir de base al nuevo orden global. Expresar nuestro asco consiste en algo más que manifestar una preferencia o revelar simplemente una sensación que experimenta nuestro cuerpo, indica que estamos consternados y su presencia nos permite darnos cuenta de que la norma, cuya violación presenciamos o imaginamos, nos afecta (Miller, 1989:272).

Reconocer y denunciar la hipocresía que acompaña a la injusticia implica, además, visibilizar la “capacidad de imperfección y la contaminación desconcertantes del orden moral” (Miller, 1989:264), obligándonos a reconocer que la contaminación es inevitable y el orden social y moral nunca puede ser puro. Afrontar, a través del asco, la imperfección moral, la hipocresía colectiva, es una de las pruebas de que se está abandonando el apacible terreno del sentimentalismo en el que primaba, sin apenas conflicto, la emoción sincera y auténtica de la solidaridad más pura.

---

ambición, la avaricia, la hipocresía, la vergüenza, la irresponsabilidad, la crueldad, el rechazo de los otros y la sensiblería.

<sup>543</sup> El problema con la hipocresía, dice Miller, y una de las razones por las que nos asquea, es porque nos impone otros vicios, como la desconfianza, el cinismo y la paranoia. "Hace que encontremos todas las virtudes sospechosas; nos hace creer que ninguna apariencia de virtud es virtuosa. Estos hipócritas son parásitos del orden moral y socavan las fuerzas del organismo del que se alimentan" (Miller, 1989:263).



Para que el asco sea eficaz y obtenga repercusión colectiva tiene que ir acompañado de la indignación, ya que ésta —en cuanto emoción de los actores— les dispondrá a la restauración del orden, mientras que el asco por sí sólo puede que sólo nos deje la sensación de habernos contaminado en el proceso y nos paralice. Aunque el asco también puede tener su propia potencia transformadora, ya que, al reconocer que no podemos escapar de la contaminación, también nos demuestra “nuestra propia vulnerabilidad y compromiso” con el orden, aunque esto se lleve a cabo desde una supuesta posición de superioridad (Miller, 1989:286).

Según Miller, el asco está presente en nuestra reacción frente a pasiones asociales, como la ira, el odio o el resentimiento, pasiones caracterizadas por la polémica y la controversia, pero imprescindibles en la búsqueda de la justicia y la rendición de cuentas. En este sentido, la indignación y el asco sirven para crear comunidad moral y social, igual que la ironía, como veremos más adelante, porque señalan los límites entre pureza y contaminación y proporcionan los argumentos para castigar cierto tipo de ofensas e injusticias. Pero esta delimitación es paradójica, ya que en su hacer performativo recuerdan su imposibilidad, es decir, apuntan a que los sujetos no están nunca plenamente insertos en uno u otro lado de la frontera que define las figuras de los ironistas o los ironizados, de los responsables o los “desresponsabilizados”. Las complicidades basadas en la ironía o el asco no se construyen sobre ideales de pureza, pues al desplegar emociones dialógicas abren un espacio para las equivalencias, precisan una cierta exterioridad desde la que señalar las reglas de sanción y los espacios comunes. A través del asco, la indignación o la ironía es posible cuestionar el *statu quo* y explicitar el disenso entre distintas versiones del mundo.

### 7.3.3 Los actores: los infelices: de víctimas a agentes

#### a) La simpatía resentida

La víctima en sus diversas figuraciones: pobres, extraños, anormales, marginales, excluidos, etc., puede provocar un rechazo o un desprecio en el espectador de diversa intensidad y atribuido a causas y factores múltiples. Una de las fuentes de este posible rechazo proviene de la figuración de la víctima resentida, una figura paradójica pues si, por una parte, activa la distancia y favorece el rechazo por parte de los destinatarios, por otra atribuye capacidad de agencia a la víctima como sujeto que reclama sus derechos y la compensación frente al trato injusto. El acercamiento entre la figura de la víctima y la del resentido es uno de los efectos derivados de identificar y señalar a los responsables según el recorrido tópico de la denuncia.

Pero ¿es posible una identificación empática a través de la figura del resentido o por el contrario esta figura provoca rechazo, incluso desprecio, en los destinatarios?

El resentimiento, según el *Diccionario de Uso del Español* de María Moliner, es el sentimiento penoso y contenido del que se cree maltratado acompañado de enemistad u hostilidad hacia los que cree culpables del mal trato. El resentimiento, además de ser una emoción intensa, es expansiva porque se proyecta no sólo hacia los responsables, sino hacia los que comparten con éstos la condición de afortunados. En este último caso, el resentimiento puede ser interpretado como una forma de envidia de los débiles hacia los fuertes.

La temporalidad resentida corresponde a un tiempo detenido que espera la venganza ante el ultraje y se asocia al rencor, a la queja, a la querella y a la demanda<sup>544</sup>. La memoria del resentimiento se proyecta en un futuro de venganza, cargado de compulsión repetitiva, que no reconoce el paso del tiempo y con él una modificación de las circunstancias y las figuraciones. Durante el tiempo que espera la venganza, el resentido se dota de los derechos de revancha y puede producirse un intercambio de roles que transforme al humillado en responsable del daño y al que lo era antes, en víctima.

Este deseo vengativo que imagina un ejercicio cruel, opone resentimiento y compasión. Por esta razón, la representación de la víctima como sujeto resentido es uno de los límites de la formación discursiva de la solidaridad en sus términos hegemónicos. El resentimiento es un límite porque impide a los destinatarios empatizar con el dolor, bloqueando la reacción compasiva e incluso generando aversión. Para que no suceda, según Smith, el sentimiento de ultraje expresado por la víctima ha de ser comedido para que no genere rechazo por exceso en el espectador. De otra forma, también el género publicitario reclama máximo respeto hacia sus destinatarios.

Recuerda Boltanski que el resentimiento, además, funciona como límite porque el denunciante nunca es totalmente imparcial, siempre existe una motivación; el problema es que ésta derive en una solidaridad de clan.

Por último, esta emoción se ubica en el espacio fronterizo de las tópicas porque abre un espacio para la acción de las víctimas. El sujeto resentido, al adoptar la posición de acusador,

---

<sup>544</sup> “El resentimiento es la resultante de humillaciones múltiples, ante las cuales las rebeliones sofocadas acumulan sus “ajustes de cuentas”, tras la esperanza de precipitarse finalmente en actos de venganza. A partir del resentimiento surge la venganza, mediante una acción reiterada, torturante, compulsivamente repetitiva en la fantasía y/o en su pasaje al acto. Surge como un intento de anular los agravios y capitalizar al mismo tiempo esa situación para alimentar una posición característica: la condición de víctima privilegiada” (Kancyper, 2008).

se transforma en agente y adquiere poder, o, al menos, ese sujeto antes victimizado y pasivo se lo arroga en un ejercicio performativo.



Figura 261 Manos Unidas 2000

En la campaña de Manos Unidas (2000) (Figura 261) encontramos una representación de la víctima como resentida, su lema es: “Las injusticias de hoy son las guerras del mañana”.

El anuncio parodia el contexto de recepción, que remite a la contemplación de las guerras como espectáculos a través de los medios de comunicación. Se recrea y anticipa en ellos una situación de recepción ironizando a la vez sobre ello, esto es, describe cómo el destinatario de las sociedades ricas se ha acostumbrado a ver las guerras de los otros como si de películas se tratase o como espacios previstos en las noticias y, al mismo tiempo, se distancia y critica esta actitud. El estilo mediático sensacionalista<sup>545</sup> del anuncio refuerza la configuración del destinatario como sujeto receptor pasivo que trivializa las situaciones que atañen a los otros al convertirlos en mero entretenimiento o espectáculo.

La información contextual en el anuncio es mínima, ni siquiera la ONGD se presenta como tal y toda su argumentación y los relatos que la sostienen están presupuestos, basados en *topoi* que, gracias a la lectura intertextual, el destinatario movilizará desde el discurso mediático. Por ejemplo, las referencias geográficas, los espacios bélicos potenciales mencionados en los anuncios, son amplios para que quepan todo tipo de regiones y conflictos existentes. Unas

<sup>545</sup> Como pudimos ver en los ejemplos sobre la representación tópica, el discurso mediático, tanto informativo como publicitario, suele citarse habitualmente como parte de las estrategias de las ONGD. La voz del discurso mediático puede aparecer de diversas formas: para parodiarlo o imitarlo aludiendo a un género, un estilo, un modo de recepción, para distanciarse de él, criticarlo o respaldarlo, como fuente de legitimación o, entre otros, puede servir a la ONGD como comunidad presupuesta de valores compartidos.

geografías que están delimitadas desde el punto de vista de los países centrales y asociadas genéricamente a la pobreza, el hambre y los conflictos bélicos, como vimos.

En uno de los textos de la campaña se lee: “Guerra en extremo oriente sólo faltan 8 meses”. La fotografía de plano medio muestra a un hombre que mira al destinatario de reojo y con actitud de recelo. Este varón no pide ayuda mirando desde una posición inferior como los niños de la tópica del sentimiento, por lo que no estamos ante una imagen que se armonice fácilmente con nuestros estereotipos y con nuestra perspectiva sobre el mundo. Es una de esas imágenes que nos enfrenta con la diferencia sin disolverla, puesto que no estamos ante un otro como objeto o como un 'sujeto sin', sino que el otro es un sujeto que tiene algo que defender, dispuesto a luchar, no postrado y con el que mantenemos una relación conflictiva. Es un hombre con un fusil sobre el hombro, arma que podría utilizar si el contexto no se modifica. Esta representación del otro actúa en un doble nivel: por un lado, presupone a un sujeto cuyos derechos han sido vulnerados, de ahí su lucha; y por otro, es un sujeto resentido, que se convierte en una amenaza, en un foco de problemas y conflictos. Esta amenaza se ve intensificada por las presuposiciones incorporadas en la representación hegemónica del otro como un ser tribalizado que no sabe negociar de forma civilizada, medida y controlada los conflictos y para cuya resolución acudirá a la violencia.

La utilización de un espacio cronotópico habitado por sujetos paradigmáticos, como el varón receloso, está acompañada de una conformación específica del eje temporal. Frente a las representaciones hegemónicas del tiempo en la tópica del sentimiento, basadas en la paradoja atemporalidad-urgencia en la que no hay lugar para la historia, esta campaña introduce un nuevo modelo acerca de la construcción de la memoria. El tiempo de los otros en la formación discursiva de la solidaridad, la mayoría de las veces, consiste en una cualificación que éstos reciben del nosotros, de los sujetos dotados de poder de intervención. Son las intervenciones ‘solidarias’ en el presente atemporal del sufrimiento alejado las que enmarcan y diseñan el tiempo futuro del relato de cooperación y ayuda.

En el texto se asevera: 'Las injusticias de hoy son las guerras de mañana'. Este modo de proyectarse hacia el futuro desde el presente (injusto) presupone la existencia de memoria, de una historia que a su vez implica un contexto y, por ende, la posibilidad de plantearnos y de investigar no sólo los porqués sino también considerar posibles alternativas, una de las cuales es la que nos ofrece esta representación publicitaria. Este texto, como sucedía con la campaña sobre niños esclavos de la misma organización, propone la existencia de una relación sistémica que une al destinatario concreto con hechos que habitualmente percibe como desconectados

entre sí, sucesos que en otras tópicas se atribuyen al azar, a la irracionalidad o la conducta 'salvaje' de los otros. Las guerras dejan de ser sólo actos salvajes sin sentido y aparecen como hechos que tienen causas y explicaciones que pueden rastrearse a través de las injusticias cometidas.

El anuncio establece una relación causal entre el presente y el futuro, no obstante, la predicción no es inevitable, puede modificarse: si la causa de la guerra es la injusticia, su solución es la defensa de la justicia. La construcción estratégica de una memoria de futuro ('faltan 8 meses') incide en la caracterización no sólo del tiempo sino también de los sujetos. La temporalidad determinada hacia el futuro ya no se adapta al relato de la tópica sentimental, en contraposición, presupone una construcción de memoria pasada y futura en la que los otros no son meros sujetos pasivos cualificados por los destinatarios solidarios, sino que son sujetos agentes que reaccionan y buscan activamente la reparación frente a la injusticia.

Una de las principales limitaciones en esta campaña es que toda la argumentación se realiza en abstracto y funciona presuponiendo que enunciador y destinatario comparten una misma perspectiva sobre el mundo y la justicia. En un principio, la estrategia de esta campaña remite al paradigma de la justicia social, que no recibe una definición unívoca, pero que podemos caracterizar: por su relación con la crítica del orden social, la afirmación de una dimensión política de la solidaridad y de la cooperación, la concepción de las relaciones centro-periferia en un contexto estructurado y mutuamente dependiente, el reconocimiento de sujetos con derechos y la relación causal entre el que comete la injusticia y el que la padece.

No obstante, en el momento de difusión de esta campaña (2000) aún estamos lejos del proceso de repolitización y emergencia de la tópica de la denuncia que se fue desarrollando a lo largo de los años posteriores, esto hace que fuesen probables las resistencias frente a esta campaña y las interpretaciones que identifican a los otros como sujetos resentidos con deseos de venganza, incapaces de mantener sus afectos dentro de los límites del decoro y la contención necesarios para la activación del mecanismo simpático.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que estamos en un periodo de visualización intensiva del discurso de captación de fondos por parte de las ONGD –etapa 2000-2005–, unos años en los que la mención a la justicia queda, prácticamente, desaparecida y a los destinatarios apenas se les solicita algo más que dinero. Este contexto discursivo incrementa el grado de incertidumbre que argumentaciones como las de estos anuncios provocan en los destinatarios por varias razones. La primera porque se retoma la noción de responsabilidad sistémica en la que los destinatarios deben hacer frente a su posicionamiento complejo como parte activa y

pasiva de las estructuras sociales; la segunda porque el discurso de sensibilización y concienciación dotado de una dimensión política, como el lema: “Si quieres la paz, defiende la justicia”, entra en contradicción con la norma hegemónica del discurso del marketing, orientado fundamentalmente a la captación de fondos; y la tercera porque la representación de los otros movilizada en este anuncio abandona su caracterización como sujetos sin atributos, posicionados como víctimas pasivas para enlazar, aunque aún tímidamente, con la posición de los otros como titulares de derechos, representación de la que nos ocuparemos en el siguiente apartado.

## **b) La retórica de los derechos: figuraciones del *homo sacer***

Otra manera en la que la tónica de la denuncia cuestiona la figura de la víctima y la desplaza es a través de la institucionalización de la retórica de los derechos. Todavía hoy en la publicidad de las ONGD es difícil encontrar una representación de los otros como sujetos de pleno derecho protagonistas de su desarrollo<sup>546</sup>, sigue siendo la ONGD quien les concede en el relato las condiciones para una vida –y una identidad- digna y esto impone una limitación a la tónica. La campaña Intermón (2001) (Figura 262) fue una de las primeras en incorporar la retórica de los derechos. El lema es: “Tu y ella podéis tener mucho en común”. El anuncio está dividido en dos espacios diferenciados por una curva blanca que corta en diagonal el texto, como puede verse en la imagen: un espacio ocupado por el otro, en este caso, las otras y el ocupado por el nosotros y la ONGD. La disposición gráfica del anuncio funciona como una metáfora de las ONGD en calidad de testigos y portavoces de los otros, Intermón abre una 'ventana' para dar a conocer una realidad que el destinatario supuestamente desconoce, mostrando un contexto de trabajo que hoy es frecuente en la publicidad de las ONGD frente a los contextos vacíos. El espacio verde inferior funciona como un metadiscurso dónde dialogan enunciador y destinatario. En él, el enunciador articula una doble posición: se presenta como agente

---

<sup>546</sup> En la Declaración sobre el derecho al desarrollo adoptada por la Asamblea General de Naciones Unidas en su resolución 41/128, de 4 de diciembre de 1986 ya se reconocía en el artículo 1 que: “El derecho al desarrollo es un derecho humano inalienable en virtud del cual todo ser humano y todos los pueblos están facultados para participar en un desarrollo económico, social, cultural y político en el que puedan realizarse plenamente todos los derechos humanos y libertades fundamentales, a contribuir a ese desarrollo y a disfrutar del él”, así como en el apartado 1 del artículo 2 se reitera: “La persona humana es el sujeto central del desarrollo y debe ser el participante activo y el beneficiario del derecho al desarrollo”. Sin embargo, estos principios sobre la participación activa de las personas en el desarrollo como titulares de un derecho inalienable no han tenido cabida en los discursos publicitarios que estamos analizando hasta fechas recientes.

técnico e intermediario eficaz y como parte de una comunidad de valores compartida con el destinatario (ver nota 547).

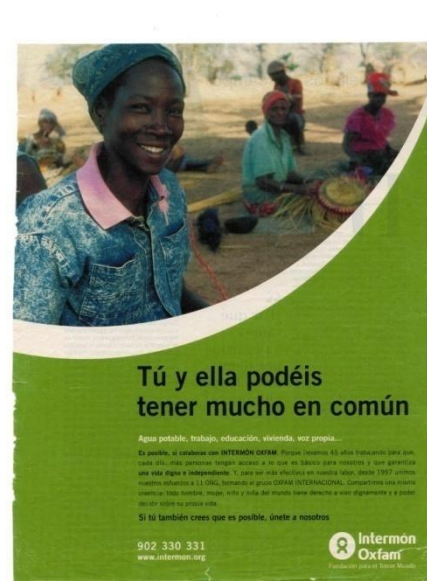


Figura 262 Intermón (2001)<sup>547</sup>

Las mujeres que aparecen en la imagen construyen un escenario que nos permite mantener dos tipos de distancia con respecto a la imagen, por un lado, fiel al modelo de solidaridad individualizada, el destinatario mantiene una distancia íntima o, al menos, personal con la mujer que le mira sonriente a los ojos, y por otro, el grupo de mujeres desenfocadas mantiene una distancia social con el destinatario, esto es, se genera un contexto, un entorno laboral -hacen cestos de mimbre-, lo que permite inscribir esta representación en un mínimo esquema de relaciones sociales estructurado.

En la representación, el espacio de la periferia y los países pobres está habitado ya no por sujetos cosificados u objetos, sin por sujetos que mantienen relaciones entre sí, forman grupos y cooperan desarrollando actividades y también entran en relación con el destinatario. En primer lugar, ambos están inscritos en una estructura económica, esto es, el hecho de que las mujeres estén desarrollando un trabajo artesano, no de carácter industrial o en empresas de servicios, nos conduce a interpretar esta imagen como una visualización de la norma sobre la división internacional del trabajo entre centro-periferia. Si bien se trata de una representación con ciertas limitaciones, en ella se relaciona la periferia como un espacio en el que se dan las primeras etapas de los procesos de modernización y donde aún no existe un tejido industrial como el occidental sino que las actividades económicas siguen relacionadas con la artesanía, la agricultura y el trabajo manual. Esta representación prima sobre otra posible en la que se mostrara la configuración actual del

<sup>547</sup> Esta campaña se publicó entre el año 2000 y 2001 pero puede encontrarse publicada mucho tiempo después, por ejemplo, Expansión en su edición del 2 de marzo de 2006. El texto completo del anuncio dice: “Tú y ella podéis tener mucho en común. Agua potable, trabajo, educación, vivienda, voz propia. Es posible si colaboras con **Intermón Oxfam**. Porque llevamos 45 años trabajando para que, cada día más personas, tengan acceso a lo que es básico para nosotros y que garantiza **una vida digna e independiente**. Y, para ser más efectivos en nuestra labor, desde 1997 unimos nuestros esfuerzos a 11 ONG, formando el grupo INTERMON OXFAM INTERNACIONAL. Compartimos una misma creencia: todo hombre, mujer, niño y niña tiene derecho a poder vivir dignamente y a decidir sobre su propia vida. Si tú también crees que es posible, únete a nosotros”.



capitalismo internacional deslocalizado y la función de los países tanto centrales como periféricos en la estructura económica globalizada.

En paralelo, también podemos leer esta imagen como la representación del fruto de un proyecto de cooperación para el desarrollo, diseñado desde la perspectiva de género, que permite a un grupo de mujeres crear una cooperativa productiva como medio para ganarse la vida e ir avanzando en independencia y autonomía. Junto con el trabajo y el esfuerzo de las mujeres se estaría hablando, interpretación reforzada por el texto, de la eficacia y efectividad de la ONGD para intervenir y modificar el contexto previo.

En este contexto discursivo, analicemos la representación de los otros que se ofrece en el texto. En él, tanto las otras como el destinatario están representados como sujetos de derechos individuales. Uno de los presupuestos manejados por el texto es que los derechos humanos son el mínimo común que caracteriza y une (o debería unir) a todas las personas. El reconocimiento de estos derechos intrínsecos al individuo permitiría “vivir dignamente” y “decidir sobre su vida”. El texto se mantiene sobre la concepción moderna de la persona individualizada como sujeto de derechos, sin cuestionar, por ejemplo, la posibilidad de otras formulas de reivindicación de derechos por parte de sujetos colectivos. Además, según Intermón, este conjunto de derechos conforman “lo que es básico para nosotros y que garantiza una vida digna e independiente”. Podrían estar enunciado así lo que en otros textos podemos encontrar descrito como “nuestro estilo de vida”, el modelo de sociedad desarrollada que actúa como un paradigma no cuestionado, reificándolo y en el que se elimina toda diferencia, así como, su potencial carácter conflictivo. Según se infiere del texto, éste sería el modelo básico al que aspiran los otros; la diferencia se minimiza también entre lo deseado por los otros y por los destinatarios.

Con respecto al enfoque sobre derechos fundamentales es interesante destacar la inclusión de la 'voz propia' en la enumeración de lo que se considera básico en la vida de una persona. El reconocimiento explícito en este texto particular, sin embargo, no está acompañado de una práctica discursiva en la que se prime un discurso polifónico con la voz del otro como protagonista. Ya comentamos que en raras ocasiones encontramos al otro como narrador y menos aún cómo interlocutor en diálogo con el destinatario (Ver Capítulo VI, Sujetos sin voz).

Por otra parte, las acciones de solidaridad propuestas por las ONGD, incluso las que como ésta focalizan los derechos humanos, se desarrollan generalmente en un espacio desestructurado, en el que todos los individuos son formalmente iguales. ¿Qué implicaciones tiene el que los otros carezcan de un lugar definido en el entramado de las relaciones sociales y estructuras de

poder? Hay que suponer que tampoco nosotros podemos tener un lugar en relación con el no-mundo social o cultural de los otros, ni podemos concebimos como responsables.

En este texto observamos cómo la figura del destinatario está configurada en torno al deseo, a la modalidad del querer, en vez del deber, lo que nos sitúa frente a otra forma de relacionar la solidaridad con el consumo<sup>548</sup>. A partir del deseo se obtiene el poder de desarrollar el proyecto propuesto que, no obstante, precisa la mediación de la ONGD para llevarse a cabo. También los otros necesitan del agente mediador porque es éste quien les asegura y garantiza, en último término, su acceso a los derechos, un posicionamiento que les resta, desde nuestro punto de vista, capacidad de agencia como titulares de estos mismos derechos. Para ello, la ONGD se convierte en un sujeto dotado de todas las competencias: puede y quiere hacer algo, como demuestra su esfuerzo, su tarea está impulsada por el deber ('nuestra labor'), por la responsabilidad que le impone su creencia en los derechos fundamentales, además goza del saber obtenido con el tiempo y la experiencia ('llevamos 45 años trabajando'), así como por la eficacia del trabajo en grupo.

El texto propone al destinatario que participe como individuo de un sujeto colectivo compuesto de la suma de otros individuos como él. La acción de esta solidaridad se juzga a partir de principios abstractos, de creencias; de ese modo, sigue sin establecerse una relación clara con el contexto estructural y de vida de los sujetos.

La apelación a los derechos humanos en este contexto se interpreta desde las máximas narcisistas, ajenas a los contextos espacio-temporales, a las estructuras socio-económicas y políticas que impiden su realización. Esta propuesta discursiva no remite a la responsabilidad y la rendición de cuentas, un enfoque que se ha ido implementando con el tiempo y que como veremos en el análisis de la campaña "Exige Dignidad" incorpora a la retórica de los derechos, recogida en la Declaración del Derecho al Desarrollo de la ONU, otras propuestas como la teoría de las capacidades de Sen o la justiciabilidad de los DESC (Derechos Económicos, Sociales y Culturales). Estos otros enfoques articulan, en nuestra opinión, mucho más los conflictos derivados de las tensiones entre identidad y diferencia, también parecen abandonar o, al menos, desplazar la identificación canónica entre los derechos humanos y la otredad. En los discursos hegemónicos del ámbito de la solidaridad se suele figurativizar los derechos básicos a través de la imagen de los otros culturales y subalternos, porque a ellos se les percibe

<sup>548</sup> "La libertad individual, la autonomía, el deseo y la libre voluntad son rasgos esenciales de este sujeto solidario, de la misma forma que lo son para el sujeto económico o el político" (Diez Rodríguez: 2001,129).

como sujetos más cercanos a la naturaleza, espacio simbólico privilegiado para la inscripción de los derechos humanos. Son representaciones de los sujetos excluidos de los límites de la ciudadanía, sometidos a la condición de nuda vida, a la que hicimos referencia en el apartado sobre orden moral-social contemporáneo (Capítulo VI Mirada y mediación estetizada).

Arendt considera que los derechos humanos, en su concepción moderna, restringen la protección del entramado de la ciudadanía, por eso se reclaman para quienes no son considerados ciudadanos sino *homo sacer*. Según la autora, la figura del refugiado es la que mejor encarna al hombre de los derechos humanos siendo, al mismo tiempo, la imagen de la crisis radical de este concepto<sup>549</sup>. Las representaciones de la figura del refugiado como sujeto de derechos, extensible a otras figuraciones, se encuentran a medio camino entre la tópica del sentimiento -de los otros como sujetos de ayuda y protección- y la tópica de la denuncia -de

los otros como sujetos de derecho y dignidad.

Según detalla Agamben, los refugiados son personas que explicitan la crisis de la ficción originaria de la soberanía moderna, es decir, el hecho de que en la base de la construcción de los estados-nación se encuentra la exclusión de todos aquellos sujetos considerados *homo sacer*, simplemente humanos, frente a los que están dotados de la categoría de ciudadanos. Los refugiados (Figura 263, Figura 265 y Figura 266) ejemplifican esta condición porque rompen la continuidad entre nacimiento y nacionalidad y demuestran que el verdadero objeto de la política es gestionar la *nuda vida*, esto es, ser una biopolítica. Esta situación es la que disuelve el ser

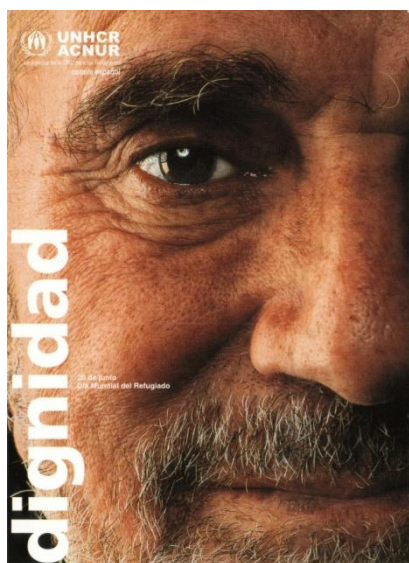


Figura 263 Acnur (2005)

político del hombre de los derechos, dado que al sujeto que es tan sólo ser humano se le niega y arrebatada 'la máscara del ciudadano'.

"La separación entre lo humanitario y lo político que estamos viviendo en la actualidad es la fase extrema de la escisión entre los derechos del hombre y los derechos del ciudadano" (Agamben, 2003: 169). A esta situación responde la difícil emergencia de una tópica de la

<sup>549</sup> "La concepción de los derechos del hombre basada sobre la supuesta existencia de un ser humano como tal, se vino abajo tan pronto como los que la propugnaban se vieron confrontados por primera vez a hombres que habían perdido toda cualidad y relación específicas, excepto el puro hecho de ser humanos" (Arendt citada en Agamben, 2003:160-161).

denuncia y la repolitización de la formación discursiva de la solidaridad, ya que dicha formación se inscribe en esta escisión originaria propia de los estados-nación, aquella que despoja a la *nuda vida* de todo valor político y limita la acción frente a ésta a los términos humanitarios y sociales<sup>550</sup>.

En opinión del autor de *Homo Sacer*, las campañas publicitarias que muestran a los necesitados dan cuenta de esta figura de la *nuda vida*, una vida “expuesta a la muerte a manos de cualquiera e insacrificable, y que sólo como tal se convierte en objeto de ayuda y protección” (Agamben, 2003:170). En la imagen de la campaña de ACNUR para el Día del refugiado (2005) (Figura 263) podemos ver uno de estos ejemplos, un nuevo rostro autosuficiente, sin contexto, ni referencia a su condición de ciudadano, tan sólo un primerísimo plano de un sujeto definido a partir de su condición de humano para el que se reclama o al que se atribuye dignidad<sup>551</sup>.

La apelación a una vida digna dentro de este paradigma no se concibe como una reclamación política, ni de naturaleza intersubjetiva, sino que sigue planteándose desde el deseo y el deber del que ayuda, un deber del afortunado antes que un derecho ejercido por el otro en cuanto igual. Esta figuración es la que permite que el acceso a la dignidad pueda convertirse en algo por lo que el intermediario puede trabajar y gestionar (“Trabajamos por su derecho a una vida digna”, Intermon-Oxfam).

Se produce en estas campañas una identificación entre el individuo afortunado y la posición del soberano que demuestra su poder y presupone, como decíamos, que la vida de estos sujetos infelices y desafortunados está en manos de cualquiera, puesto que sólo ‘Gracias a ti’ pueden construirse un futuro. Este relato se confirma sobre todo cuando el mecanismo tópico nos indica que en el cronotopo de la infelicidad el tiempo futuro no existe salvo en su dependencia de la acción solidaria.

Desde este lugar enunciativo se reproduce la distinción entre el Pueblo con mayúsculas y el pueblo con minúsculas<sup>552</sup>, el mantenimiento de un nosotros ciudadano excluyente que, sin

<sup>550</sup> “Lo humanitario separado de lo político no puede hacer otra cosa que reproducir el aislamiento de la vida sagrada sobre el que se funda la soberanía y el campo de concentración, es decir, el espacio puro de la excepción, es el paradigma biopolítico que no consigue superar” (Agamben, 2003:170).

<sup>551</sup> Resulta paradójico que junto con esta falta de reconocimiento de la ciudadanía, de su condición como sujeto político, se produzca una institucionalización internacional –a través de la Declaración del Día Mundial del Refugiado– que legitima la cristalización y estabilización de esta figura, por otro lado, imprescindible para el sostenimiento del modelo biopolítico.

<sup>552</sup> En las lenguas europeas, “un mismo término designa, pues, tanto al sujeto político constitutivo como a la clase que, de hecho si no de derecho, está excluida de la política” (Agamben, 2003:224-225). Hanna Arendt explicó en *Sobre la revolución* cómo la aparición de la palabra Pueblo durante la Revolución

embargo no sólo incorpora sino que precisa a estos otros seres irremediablemente humanos, éstos que no participan del poder de la agencia, ni de la comunidad del nosotros. En los discursos hegemónicos de la solidaridad se lee: “Conseguir un mundo más justo y solidario depende de todos. Juntos lo conseguiremos” (Figura 264). Sin embargo, el todos y la comunidad del nosotros a la que apunta no pertenece a los otros, pervive y se proyecta a través de la exclusión del “refugiado”, del *homo sacer*.



Figura 264 Intermón<sup>553</sup>

Frente a la persistencia de este tipo de discursos y de concepciones biopolíticas lo que Arendt reclama es una renovación categorial que demuestre que la noción de refugiado es precisamente un concepto límite. Una figura que, en palabras de Agamben, “pone en crisis radical las categorías fundamentales del Estado-nación, desde el nexo nacimiento-nación al nexo hombre-ciudadano.” Mostrar la reificación o naturalización paradójica de las figuras del refugiado y otras afines implica mostrar a su vez la transformación desde la comunidad política a la comunidad ética, un proceso que indica la moralización del espacio público-político<sup>554</sup>.

Francesa, término que indica por primera vez a los que no participan del gobierno, tiene su origen en la compasión y con el paso del tiempo pasará a ser sinónimo de infelicidad y desgracia (Arendt, 1967 : 76).

<sup>553</sup> La aparición de un discurso sobre la dignidad está vinculada a representaciones de varones, en contraposición con los discursos centrados en el desarrollo, la ayuda humanitaria y la miseria que suelen escoger como representación hegemónica los cuerpos femeninos.

<sup>554</sup> En un sentido similar al que venimos mostrando apuntan las reflexiones de Jacques Rancière sobre el consenso. En su obra *El viraje ético de la estética y la política* afirma: “La forma clásica del conflicto político opone varios pueblos en uno solo: hay un pueblo inscrito en las formas existentes del Derecho y la Constitución, hay otro que está encarnado en el Estado y hay el que el derecho ignora aún y al que el

Este desplazamiento categorial posibilitaría una política en la que la *nuda vida* ya no esté excluida del orden estatal, del orden de lo que comprendemos como político y no puramente humanitario. Esta renovación quizá, como señala Elias<sup>555</sup>, no tendría que abandonar la figura de los derechos humanos sino reconfigurarla, dotarla de otros sentidos, en otras palabras, densificarla e inscribirla en otros agenciamientos enunciativos y horizontes de sentido.

### 7.3.4 La atribución de responsabilidad: la crisis de la representación del sufrimiento

Mientras la tónica sentimentalista moviliza el paradigma de la exclusión como patrón normativo para la representación del sufrimiento, en su lugar la tónica de la denuncia maneja, aunque sea de forma implícita, una teoría de la dominación que implica cierta relación entre las víctimas y sus responsables. Un paradigma basado en la explotación y la denuncia obliga a establecer una compleja y, la mayor parte de las veces polémica cadena causal acerca de la responsabilidad, que señalara los agentes que deberían rendir cuentas de su toma de decisiones, de sus actos o la falta de ellos, así como debería ser capaz de apuntar los aspectos estructurales, modos de organización social y política que producen y refuerzan las injusticias. Sin embargo, como explicamos en el capítulo anterior, la creciente complejidad de nuestras sociedades cada vez hace más complicado representar los espacios, principios de equivalencia y reglas que rigen estos vínculos (Bauman, 1998). Esta situación es lo que Boltanski denomina la crisis de la representación del sufrimiento. Esta crisis trae consigo una desactivación de la potencialidad que podría desplegar la tónica de la denuncia, ya que las herramientas críticas del poder desaparecen de la mano de un paradigma como el de la exclusión que, por supuesto, no es inocuo en términos políticos. “A falta de un concepto claro de explotación y de una esperanza de transformación social, el rechazo de la injusticia social ha sufrido una suerte de

---

Estado no reconoce el derecho. El consenso es la reducción de esos pueblos a uno solo (...) La comunidad política es, así, tendencialmente transformada en comunidad ética, es decir, en comunidad de un solo pueblo, donde todo el mundo supuestamente cuenta. Esta cuenta choca solamente con un resto problemático, al que denomina excluido” (Rancière, 2006:28-29).

<sup>555</sup> “Pero, aunque hoy los políticos utilicen el *ethos* de los derechos humanos a favor de la razón de Estado, mañana puede suceder a la inversa. Mañana el *ethos* de los derechos humanos puede volverse contra aquellos que hoy lo entronizan para alcanzar objetivos puramente nacionales” (Elias, 1987:194). En la misma línea argumenta Butler: “Considérese, por ejemplo, aquella situación en la que los sujetos que han sido excluidos de la manumisión por las convenciones existentes que gobiernan la definición excluyente de lo universal aspiran al lenguaje de la manumisión y ponen en movimiento una «contradicción performativa», al afirmar que están cubiertos por aquel universal, exponiendo con ello el carácter contradictorio de las anteriores formulaciones convencionales de lo universal” (Butler, 1998).

regresión hacia su estímulo originario: la indignación frente a la miseria”, impidiendo que la indignación trabaje como “un mecanismo argumentador” (Boltanski, Chiapello: 2002)<sup>556</sup>.

Para Boltanski y Chiapello (2002), “este repliegue hacia la acción humanitaria era tanto más sorprendente cuanto que una gran parte de las instancias críticas del período precedente había preconizado una solidaridad con las víctimas de las injusticias, pero acompañada de una fuerte crítica de la «caridad» e incluso del «trabajo social», denunciados como medios hipócritas, complacientes o perversos para apartar a las personas de la única acción válida: la acción política”. Es decir, se produjo un abandono de la crítica social en sus términos clásicos.

Pese a la paradoja, el cambio de paradigma hacia la exclusión, la hegemonía de la formación discursiva de la solidaridad y el predominio del sentimentalismo y la moral humanitaria han actuado como norma durante más de tres décadas. En España, no ha sido hasta finales de la primera década del 2000 cuando se propone un desplazamiento de este paradigma hegemónico y la tópica de la denuncia comienza a resurgir, proponiendo una nueva tendencia que podemos identificar como una repolitización del paradigma de la exclusión. De este proceso de recuperación y sus limitaciones nos ocupamos en este apartado.

La tópica de la denuncia se adecuó a los principios del paradigma de la exclusión –operando de forma complementaria con la tópica sentimentalista- y las representaciones basadas en nociones como justicia, responsabilidad y rendición de cuentas cedieron frente a otras como ayuda, solidaridad, acción. No obstante, las menciones y apelaciones a la crítica social y a las causas de la desigualdad nunca han dejado de realizarse<sup>557</sup>, aunque no se profundizara ni se densificaran sus sentidos.

No basta con presuponer la existencia de responsabilidad, la profundización de la tópica de la denuncia invita a determinar e identificar causas y responsables particulares, para incidir de esta forma en el establecimiento de otro tipo de compromisos éticos y políticos. Mencionar causas, estructuras, interdependencias y soluciones implicaría desarrollar, al menos como

---

<sup>556</sup> Ya apuntamos que a partir de finales de los ochenta y mediados de los noventa del siglo XX coincidiendo con el surgimiento e institucionalización de las ONGD la noción de justicia y la denuncia política desaparecen de los márgenes de lo que se conformó como la formación discursiva de la solidaridad. “Estas asociaciones de orientación humanitaria, que empleaban también y cada vez con más frecuencia, a jóvenes licenciados como asalariados por un período limitado, encontraron, a partir de la década de 1990, un lenguaje común en el idioma de la exclusión y se impusieron como objetivo global, con independencia de su orientación práctica inmediata, la *reinserción* de los *excluidos*” (Boltanski y Chiapello, 2002).

<sup>557</sup> El código de conducta de la CONGDE (1998) estipula como uno de los objetivos prioritarios de las acciones de sensibilización: “Mantener a la opinión pública informada de la realidad de la pobreza en el mundo y de las causas y estructuras que la perpetúan; y facilitar una mejor comprensión de la interdependencia entre países, de las causas de la desigualdad y de sus posibles soluciones”.



presupuesto una teoría del poder (Boltanski, 2000: 99), no sólo eso también debe existir un entramado institucional y normativo que explique en qué medida una acción o la falta de ella es la causa de una injusticia o desigualdad. ¿Cómo es posible demostrar quién es el responsable cuando alguien muere de hambre en una favela o de sida en un campamento de refugiados? En el paradigma de la exclusión y la marginación todas estas menciones pueden mantenerse sin explicitar los presupuestos de su articulación, gracias a la cristalización de lugares comunes como: “las verdaderas causas de la pobreza”.



Figura 265 Acnur (2002)

### a) La ausencia de responsabilidad

En el marco hegemónico de la formación discursiva para hablar de causas no es necesario señalar el lugar del poder, tampoco a quienes son los poderosos, responsables de los contextos de desigualdad e injusticia. Las situaciones de sufrimiento indicadas a partir de la representación de los sujetos necesitados –su falta de atributos, su condición de “sin”– aparecen como causas autoexplicativas y, por tanto, suficientes para armar el relato. La construcción de cualquiera de las formas de vacío representacional permite el olvido, la indiferencia, la negación o incluso la sublimación de la responsabilidad específica. En el anuncio de Acnur (2002) la condición de refugiado responde a una estructura de pasividad: “se ven obligadas a dejarlo todo y a huir por miedo a ser perseguidos, e incluso asesinados por sus ideas políticas, raza, religión o grupo social”. Lo que la publicidad no dice es quién les obliga, quiénes son los actores involucrados en la escena del dolor, quiénes son los responsables. Se omiten estos actores y sólo hay espacio para los refugiados, la ONGD y los destinatarios singularizados.



Figura 266 Acnur (2005)<sup>558</sup>

Con el paso del tiempo y tras diversos procesos de reflexión en el interior de las ONGD se ha procurado cambiar estas representaciones y buscar nuevas imágenes en las que se revaloriza a los sujetos excluidos, aunque éstas no han desplazado significativamente el marco discursivo, y pese a la recuperación de ciertos valores positivos<sup>559</sup> la explicación causal y la rendición de cuentas sigue sin mencionarse, como vemos en la campaña de Acnur (2005) (Figura 266). Otro problema es que, en ocasiones, se hace una utilización torticera de la atribución de responsabilidad.

## b) La responsabilidad circular

En este sentido, las sociedades contemporáneas globalizadas se interpretan, en términos generales, como contextos de reciprocidad y reflexividad amplios y aunque estas dinámicas no

<sup>558</sup> Esta campaña tematiza el valor de los refugiados para escapar y su determinación para comenzar una nueva vida. Todo el discurso se centra en los sujetos infelices y la situación injusta se describe mediante un lenguaje impactante de gran intensidad afectiva, similar al tono cinematográfico de los trailers. La homogeneización de las historias de los protagonistas de la campaña y el tono de los enunciados impiden la reflexión en torno a las estructuras y condiciones socio-históricas y políticas de cada historia particular. Sobre ella se cuenta: “Fue atacada con machetes. Escapó descalza a través del desierto rocoso. Sobrevivió comiendo raíces e insectos”; y sobre él: “Pasar hambre. Caminos aislados por la nieve. Ríos helados”. No hay explicación sobre lo sucedido.

<sup>559</sup> “Aquellos rasgos positivos que un siglo entero de luchas obreras y de literatura revolucionaria habían vinculado a la imagen del «hombre» del pueblo: la valentía, la franqueza, la generosidad, la solidaridad” (Boltanski y Chiapello, 2002)

funcionen por igual en todas las direcciones, eso no impide que hegemonícamente se aceptan como si lo hiciesen. Teóricamente, en situaciones de reciprocidad y reflexividad: acusado y acusador, sometido y perseguidor son posiciones que se pueden intercambiar con facilidad, sin que se pueda establecer una relación causa-efecto con claridad<sup>560</sup>, de ahí que se establezcan



**Figura 267 Anesvad (2006)**

obligadas a prostituirse". Aquí los otros aparecen víctimas de sí mismos y la responsabilidad apunta al interior de su comunidad identitaria. Ellos se ven obligados a comerciar con sus propias hijas, pero al eludir hablar de las causas o razones de esa fuerza que les impele parece que la única explicación disponible es la del carácter, la del 'apetito insaciable'. Esta idea queda reforzada por el hecho de que la venta además de inmoral en esencia, se produce a cambio de un bien superfluo y por ello evitable.

Anesvad utiliza el tono sarcástico<sup>561</sup> en sus campañas para lograr la atribución de responsabilidad circular, obstaculizando un posicionamiento crítico y reflexivo frente a las

responsabilidades circulares, por ejemplo, aludiendo a los infelices y sufrientes como la causa y el efecto de su propio hacer y existir colectivo, esto es, la idea de que la víctima es a la vez víctima y responsable de su situación. Hemos visto en este trabajo algunos ejemplos de esta estrategia discursiva, en esta campaña de Anesvad (2006)(Figura 267) se reitera, como pasa en otras de la misma organización. El texto afirma: "Aunque parezca difícil de creer algunas familias del ámbito rural del Sudeste Asiático se ven obligadas a comerciar con sus hijas y acaban vendiéndolas para, con el dinero que reciben, comprarse un simple electrodoméstico. Son llevadas a la ciudad y

<sup>560</sup> En términos comunicativos, siguiendo los axiomas de Watzlawick, la dificultad reside en la puntuación de los hechos, es decir, en los tiempos del relato y en la delimitación de posiciones que son complementarias y dinámicas.

<sup>561</sup> "Sarcasmo: burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a personas o cosas. Mordaz: que critica con acritud o malignidad no carentes de ingenio" (Diccionario de la Lengua Española.DRAE.21ª Ed.1992).

causas de la desigualdad. El sarcasmo es una figura de distancia enunciativa, como la ironía, que se caracteriza por la crueldad y el desprecio hacia el destinatario, al que el enunciador atribuye las opiniones frente a las que posteriormente este mismo enunciador tomará distancia. La relación comunicativa desplegada mediante el sarcasmo no implica discurso compartido entre enunciador y destinatario, no forman parte de la misma comunidad interpretativa, sino que se hace coincidir a éste último con la imagen de aquél a quien el texto hace burla, al menos en un primer momento interpretativo.

Esta estrategia promueve la identificación primaria con la enunciación, la posición social que ésta describe y desde la que se interpela al destinatario, permitiendo a los destinatarios rechazar la identificación secundaria, es decir, la figurativización del destinatario criticado por indiferente, consumista, etc. Este doble juego es parte de la estrategia enunciativa posible por la atribución circular de responsabilidad, que funciona como coartada ideológica tal y como explicamos en el capítulo anterior. Veamos cómo opera esta estrategia volviendo sobre un nuevo anuncio de la campaña Anesvad (2000) (Figura 229) y una campaña también sobre explotación infantil de 2006 (Figura 269).

En la campaña de 2000 la figurativización del destinatario coincide con la de uno de los agentes responsables, se trata de un sujeto masculino, potencial turista sexual occidental que estrecha entre sus brazos a niñas tailandesas. Se parodia el deseo sexual, de connotaciones pedófilas, mediante el dibujo de un dedo que se coloca sobre la fotografía de la niña simulando el acto de tocar. En el 2006 para hablar de la explotación sexual se utiliza una metáfora más general: un 'monstruo'. Ambas elecciones evitan referirse a redes y estructuras y, en su lugar, individualizan el fenómeno resaltando el carácter moral y la depravación psicológica de los que así actúan.

Esta representación intensifica la acusación directa y la culpabilización de los destinatarios, sin embargo a esta atribución de responsabilidad le sigue una exculpación inmediata, porque el destinatario, finalmente, descubre que su función es la de resolver una situación en la que los verdaderos culpables son los padres y el contexto cultural que les rodea, las niñas son víctimas de su pertenencia identitaria que les obliga a convivir con unos padres desnaturalizados capaces de comerciar con sus vidas, lo que en otras campañas Anesvad (2006) convierte en "niñas en riesgo".



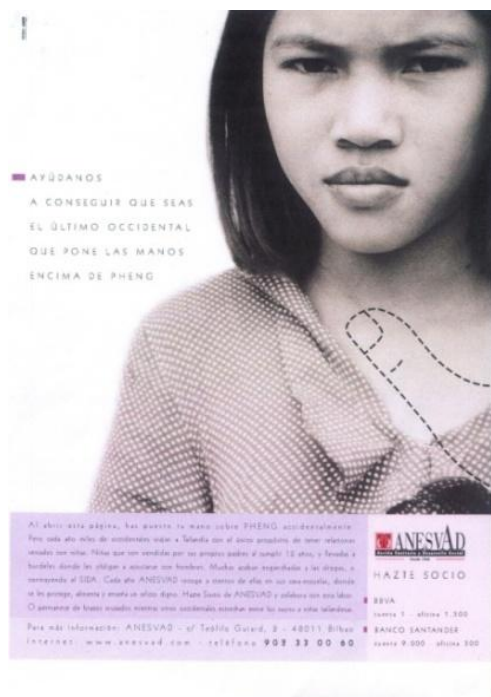


Figura 268 Anesvad (2001)<sup>562</sup>

Nos gustaría llamar la atención sobre la representación visual de esta idea en la imagen de la campaña de 2006 (Figura 269), en ella la sombra que proyecta la niña asustada es la del monstruo, esto es, el monstruo no proviene de otro lugar sino de ella misma. Puede interpretarse esta sombra como una expresión de la psicologización, naturalización y sexualización de la naturaleza depravada que puede llevar a las mujeres, ahora niñas, a ceder a ese monstruo.

La solución a la inmoralidad del contexto reside en el sistema experto que posibilita la reinserción de las niñas en el mercado laboral gracias a un trabajo digno<sup>563</sup>, así el foco se desplaza del monstruo a la víctima como responsable último de

su futuro. El enunciador invita al destinatario a participar de esta posición social y moralmente positiva en un proceso que hemos caracterizado como identificación primaria. Y les permite rechazar la identificación secundaria con los sujetos inmorales, al darse por supuesto que encuentran reprochable no sólo la explotación sexual, sino también la indiferencia frente a ella. A los destinatarios se les presupone la indignación como reacción de sentido común. En este sentido. Las campañas utilizan los recursos retóricos de la denuncia, especialmente, la indignación pero la desactivan y cierran la estrategia empleando los recursos tópicos sentimentalistas, al permitir formar parte del universo de los buenos y solidarios cuando se cumplen las instrucciones del enunciador.

<sup>562</sup> “Ayúdanos a conseguir que seas el último occidental en poner las manos encima de Pheng. Al abrir esta página has puesto las manos sobre Pheng accidentalmente. Pero cada año miles de occidentales viajan a Tailandia con el único propósito de tener relaciones sexuales con niñas. Niñas que son vendidas por sus propios padres al cumplir 12 años, y llevadas a burdeles donde les obligan a acostarse con hombres. Muchas acaban enganchadas a las drogas, o contrayendo el sida. Cada año Anesvad recoge a cientos de ellas en sus casas-escuelas, donde se les protege, alimenta y se les enseña un oficio digno. Hazte socio de Anesvad y colabora con esta labor. O permanece de brazos cruzados mientras otros occidentales estrechan entre los suyos a las niñas tailandesas”.

<sup>563</sup> Este es un ejemplo de cómo funciona discursivamente el modelo de responsabilización de los pobres que ha impuesto el neoliberalismo.



Figura 269 Anesvad (2006)<sup>564</sup>

### c) La responsabilidad difusa

Otra forma de restringir la potencialidad de la tónica de la denuncia es realizar atribuciones difusas a agentes con poder. Estos agentes suelen diluirse en figuras abstractas como las élites globales o formas aún menos definidas como la idea de otros verdaderamente poderosos en relación al nosotros destinatarios de la publicidad, o incluso posiciones vacías ocupadas por

<sup>564</sup> Esta imagen corresponde a una carta de marketing directo enviada por Anesvad en 2006 en el texto se lee: “Ayúdanos a que miles de niñas en el sudeste asiático no se sientan amenazadas por ese monstruo llamado explotación sexual. Miles de niñas en el sudeste asiático tienen miedo a ser secuestradas por mafias que les obligarán a ejercer la prostitución. ANESVAD lleva muchos años intentando evitar este gravísimo problema, realizando programas de sensibilización e información a familias, autoridades locales y escuelas de los países implicados. Al mismo tiempo se educa y forma a las niñas en riesgo para que en un futuro próximo puedan conseguir un empleo y una vida digna. Pero para luchar con más fuerza contra la explotación sexual infantil necesitamos tu ayuda. Ayúdanos a que miles de niñas en el sudeste asiático no tengan miedo. Hazte socio de ANESVAD para luchar contra la explotación sexual infantil”.

figuras inexistentes como un ‘nadie’ que podría haber sido cualquiera, luego es ninguno por la imposibilidad de determinación.

El siguiente ejemplo de Médicos Sin Fronteras (2007) (Figura 270) nos permite ilustrar esta atribución difusa, se trata de un correo electrónico interactivo que utiliza la técnica del marketing viral para hacer circular un mensaje sobre la enfermedad de Chagas. Destaca de la estrategia de campaña la vinculación e identificación afectiva intensa e impactante que se propone a través de la interactividad informática, aunque aquí nos interesa la forma en que alude, o más bien elude, la responsabilidad.

Visibilizar un problema forma parte de la acción de denuncia, sin embargo enmarcarlo no implica siempre una atribución de responsabilidad. El texto del anuncio dice: “las posibilidades de curación pasan por detectar la enfermedad a tiempo, pero nadie pone los medios necesarios. Hay unos 18 millones de afectados en Latinoamérica pero nadie habla de ello”. ¿Quién es ese nadie?, ¿quién debería estar poniendo los medios para evitar la enfermedad, prevenirla o diagnosticarla y quién debería estar hablando sobre ella? La repetición del pronombre indica que en ambos casos se trata de los mismos agentes; sin embargo cabría suponer que las personas comprometidas en la denuncia no tienen porqué ser las mismas que las que disponen de los recursos y el poder de decisión para tomar medidas ante ella. Al eludir hablar de agentes particulares, de estructuras de poder, este tipo de discurso se conecta de nuevo con la lógica narcisista que parte de y vuelve al destinatario singular y aislado. Es en los consumidores, en los públicos en quienes recae el deber de denunciar, de hablar y propagar. Pero aunque los destinatarios cooperasen y asumiesen la tarea que la ONGD les atribuye se suscitarían preguntas sobre la eficacia de su acción particular, dado que no existe en el discurso hegemónico - desde el que estas acciones se interpretan- un marco que movilice la acción colectiva, las interdependencias, los efectos sobre estructuras, etc. capaz de mencionar con claridad quienes son los agentes responsables.

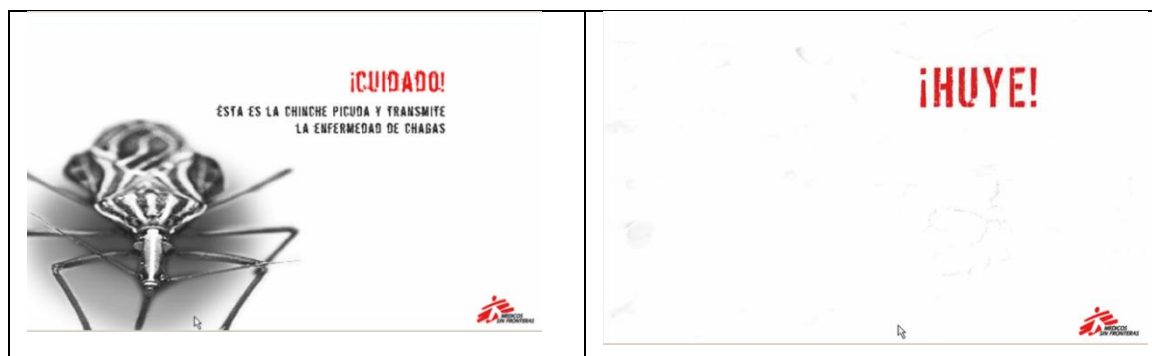






Figura 270 MSF (2008)

La emergencia de la tónica de la denuncia como un discurso en auge está desplazando –o intentando hacerlo- las representaciones genéricas y difusas sobre la responsabilidad, puesto que sólo de esa forma puede ahondar en una perspectiva que incluya la rendición de cuentas. El vacío contextual y la falta de concreción van dando paso a argumentos y relatos más elaborados, personajes ubicados en coordenadas espacio-temporales precisas, dotados de nombre propio y de una adscripción socio-cultural específica.

La ampliación de conocimientos por parte de la opinión pública de los asuntos relacionados con la cooperación internacional ha favorecido la ampliación de los fenómenos, conceptos, contextos e instituciones que se mencionan en la publicidad, desde la popularización del comercio justo hasta los microcréditos, los DESC (Derechos económicos, sociales y culturales) o el Tribunal Penal Internacional.



Figura 271 Acción contra el hambre (1999)

En 1999, Acción contra el hambre (Figura 271) describe el espacio de intervención humanitaria con términos como: “hambre, desnutrición, violencia, epidemias y miedo”(2000), un tiempo después MSF realiza una descripción más detallada de estos *topoi* que incluye nuevos referentes: la lucha contra las minas antipersona y la movilización en pro de medicamentos gratuitos para los enfermos en los países empobrecidos. En su campaña (Figura 272) dice que “si no cambian las circunstancias que obligan a miles de mujeres, hombres y niños a salir de su

país, continuarán huyendo, si sus campos siguen sembrados de minas, continuarán perdiendo piernas y brazos; si el tratamiento de la tuberculosis sigue costándoles el salario de un año, continuarán muriendo”.

Esta representación, aunque no lo hace de forma explícita, permite presuponer –siempre en función de los conocimientos compartidos por los destinatarios- la existencia de responsables, por ejemplo, el poder militar de los gobiernos y de las empresas farmacéuticas, así como, se indican las herramientas para su control: los protocolos internacionales de venta y tráfico de armas y las patentes farmacéuticas.



**Figura 272 MSF (2003)**

La densificación en las representaciones cambia, aunque sea mínimamente, la posición de los destinatarios. MSF afirma en una versión ampliada de la campaña que reproducimos en la Figura 272: “Necesitamos tu colaboración para asistirles y tu apoyo para que nuestra voz en favor de sus derechos tenga cada día más fuerza”. La asistencia al dependiente ocupa todavía un lugar central pero también hay espacio para los derechos, la denuncia y la voz ciudadana, aunque de momento siga siendo ‘la voz de los sin voz’ pronunciada por un mediador experto. MSF sin abandonar la posición hegemónica de ayuda humanitaria –“siempre llevamos mascarilla”- ensaya una repolitización de su lenguaje incluyendo un nuevo posicionamiento propio de la tópica de la denuncia –“nunca mordaza”-. Tras las críticas recibidas a las acciones de intervención humanitaria en diversos conflictos por su papel de cómplices involuntarios, las ONGD se replantearon su posición en el terreno y de ahí que MSF defienda que: “La denuncia es otra forma de curar”. Ser independiente, imparcial y neutral no implica silencio o mantenerse al margen, sin embargo esta posición que aboga por señalar responsables no está exenta de polémica.

#### d) Tejiendo redes: explotación y corresponsabilidad

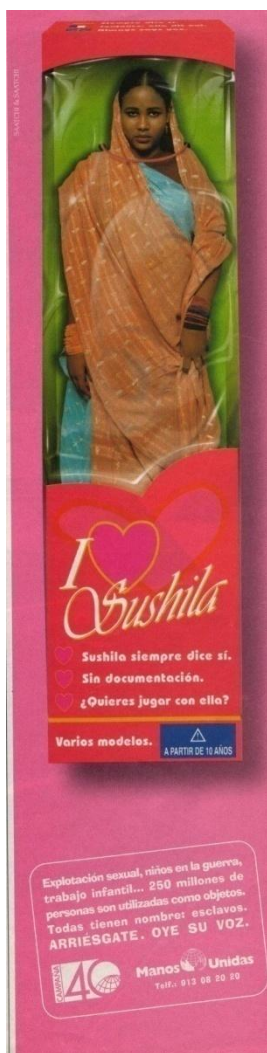


Figura 273 Manos Unidas (2000)<sup>565</sup>

Un ejemplo que explora las conexiones de responsabilidad entre las condiciones del sufrimiento y los destinatarios es la campaña “Esclavos” de Manos Unidas (2000) (Figura 273 y Figura 274)<sup>566</sup>, llama la atención su estética propia de la pospublicidad<sup>567</sup>: fuerza expresiva de la imagen frente al texto verbal, colores estridentes que contrarrestan con el dramatismo de los temas y uso de la ironía.

En estos anuncios se hace un esfuerzo por mostrar la corresponsabilidad de las sociedades ricas y, por tanto, de los destinatarios de la publicidad, en la estructura desigual del mundo.

La representación del otro también es una imagen infantil, pero en esta ocasión no sólo como sujeto sufriente, sino convertida en objeto de consumo, cosificada en forma de juguete a través de una representación realista. Esta figurativización sirve para hablar de su condición de esclava, una especie de persona 'utilizable', una niña de usar y tirar, una muñeca. La niña Sushila está embalada como si fuese una Barbie, uno de los iconos de la sociedad de consumo y un estereotipo femenino sexista.

El esquema “conceptual” de la representación icónica (Kress y Van Leeuwen, 1996:56) se refuerza con el texto verbal en el que se habla de 'varios modelos' reducidos a una misma denominación, todas las personas que viven bajo la explotación 'tienen nombre: esclavos', es decir, se les priva de su individualidad, lo que resulta válido para una niña lo es también para 250 millones de personas en el mundo 'que

<sup>565</sup> “Sushila siempre dice sí. Sin documentación. ¿Quieres jugar con ella? Explotación social, niños en la guerra, trabajo infantil... 250 millones de personas son utilizadas como objetos. Todas tienen nombres: esclavos. ARRIESGATE. OYE SU VOZ”.

<sup>566</sup> Estas campañas entran “dentro del plan que Manos Unidas, como organización católica, se ha autoimpuesto para la celebración del Jubileo, con un programa a tres años que trata de trasladar a nuestros días la manera en que los antiguos israelitas conmemoraban esa fiesta. Según se lee en el levítico, tres eran las actuaciones de éstos: perdonar las deudas, liberar los esclavos y repartir las tierras”. La campaña tiene tres anuncios: Sushila, Niña Cargadora y Soldiers Kids, la estrategia discursiva es similar en cada uno de ellos.

<sup>567</sup> La pospublicidad se caracteriza por el empleo de anuncios polivalentes, que conceden un lugar privilegiado a la imagen, la estetización del mensaje visual, indirección de la referencia al producto, (la organización), participación activa del receptor y la conversión del acto comercial (captación de fondos) en un acto sociocultural (Adam y Bonhomme:2000,268-269).

son utilizadas como objetos<sup>1</sup>.

La muñeca deja de serlo para convertirse en una esclava del turismo sexual, mientras que en otros anuncios los niños serán esclavos de la guerra o de otros trabajos en condiciones de explotación.

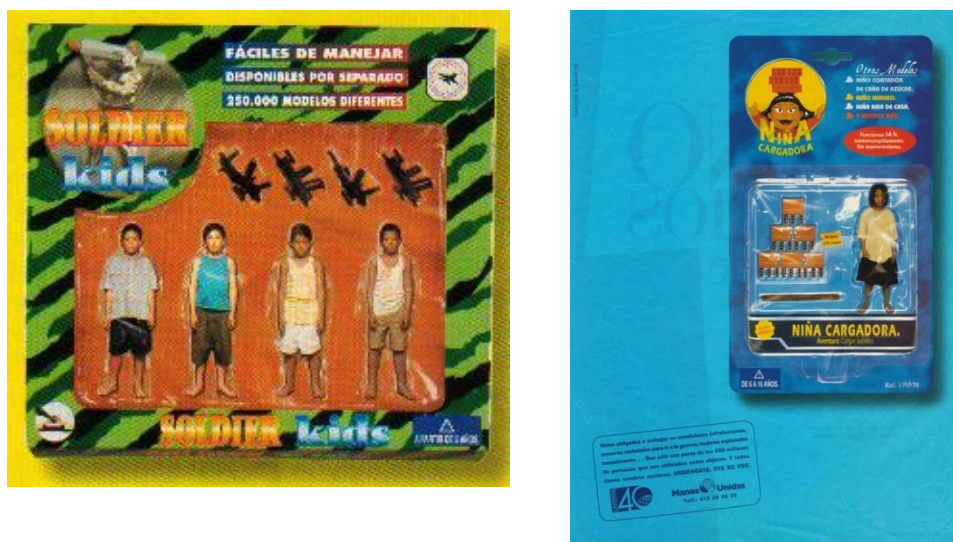


Figura 274 Manos Unidas (2000)

La vida de Sushila, o de otros esclavos, no es una realidad ajena y lejana se conecta con los destinatarios a través de la cadena del consumo. La representación se inscribe, aunque sea de forma difusa, en una red de relaciones estructurales establecidas entre los destinatarios y los otros. La campaña articula su estrategia en torno a la memoria y los conocimientos que presupone al destinatario más que en la información ofrecida por el texto. Los enunciados que acompañan a la imagen podrían conectarse con: el contexto de explotación, la imposibilidad de decidir sobre su vida y su trabajo, la falta de libertad ("Shusila siempre dice sí"); el contexto internacional, las migraciones masivas de sur a norte, la situación de los sin papeles, la prostitución de mujeres que no tienen documentación en los países del centro ("sin documentación"); y por último, la lógica del consumo en la que participan las sociedades ricas, en este caso, se remite al turismo sexual y a la explotación que sufre la mujer ("¿Quieres jugar con ella?").

El uso de la ironía implica la existencia de un conjunto de valores y conocimientos compartidos con el destinatario que le permitirán descifrar el texto irónico como tal<sup>568</sup>. Es decir, el

<sup>568</sup> "El ironista y el destinatario resultan confrontados como dos papeles funcionales dentro del mismo sistema de significado y valoración, miembros de una misma comunidad interpretativa que se opone a otra visión del mundo, aquella que es burlada en la ironía" (Peñamarín, 1989a:27-28).

destinatario debería conocer la relación estructural, sin embargo, llevar a cabo este ejercicio de memoria discursiva no es una tarea sencilla. Desde nuestro punto de vista, este texto es complicado, de difícil comprensión<sup>569</sup>.

Una lectura cooperativa tendría que reconocer una serie de pautas de consumo en las sociedades ricas que participan de la pobreza, desigualdad y explotación en las sociedades subalternas, generando formas contemporáneas de esclavitud. Desde este saber compartido gracias a la ironía se rechaza otra perspectiva del mundo: la que admite acríticamente el paradigma neoliberal, así como se critica la estructura sexista que convierte a las mujeres en objeto sexual.

La forma de vida de los destinatarios se identifica con los valores consumistas y un sistema económico injusto que genera desigualdad y posibilita la existencia de niños siempre disponibles y dispuestos para lo que cada miembro del nosotros desee. Los enunciados '¿Quieres jugar con ella?' o 'Varios modelos' y, en general, todo el anuncio supone una contraposición entre el niño consumidor y los niños esclavos. El adulto destinatario aparece cualificado como un niño que desea, pero además se le considera responsable de participar en la explotación de otros seres humanos a través del consumo, es decir, se le considera cómplice y a la vez blanco de la ironía, participe de la causa y de la posible solución al problema.

Pese a que puede criticarse la falta de claridad de la campaña, hay que reconocerle que es un intento de construir un entramado sobre el que sostener una representación de la responsabilidad y la rendición de cuentas. La campaña apunta, aunque mínimamente, la responsabilidad individual de cada destinatario en la situación de esclavitud. ¿Qué función se reserva la ONGD en esta configuración? ¿Qué relación interlocutiva establece con el destinatario? ¿Qué le propone?

La propuesta es inespecífica, se basa en la reflexión y la toma de conciencia. En esta estrategia se enfrenta al destinatario con un otro que ha sido convertido en objeto de consumo, un otro cosificado, pero dicha cosificación no es producto de la relación de ayuda, como sucede por ejemplo en la publicidad de apadrinamiento, sino que ha sido el sistema el que convierte a los otros en dominados, negándoles un nombre propio y los destinatarios quedan incluidos como parte de este sistema explotador. En estos anuncios se escucha el eco de los que están reprimidos, de voces acalladas que tienen algo que decir pero a las que no les está permitido

---

<sup>569</sup> El contexto de recepción publicitario no favorece una lectura sosegada y reflexiva, por ello puede que estemos ante una estrategia fallida dado que el tiempo medio destinado a una campaña no es suficiente para realizar las conexiones que propone el anuncio.



hablar. La ONGD - todavía aquí la voz de los sin voz- abre un espacio al afirmar: “arriégate oye su voz”, aunque finalmente no parezca tomarse en serio su propio planteamiento.

Son varias las limitaciones que detectamos con respecto a la potencialidad que tiene la tónica de la denuncia. En primer lugar, los otros subalternos no tienen voz, no aparecen como sujetos de derechos sino como esclavos, de nuevo, como sujetos carentes de atributos y sigue siendo la voz mediadora de la ONGD la que habla en su nombre. En segundo lugar, no hay una orientación hacia la acción clara, es decir, una pauta de intervención propuesta a los destinatarios a través de la cual puedan canalizar el impulso emotivo y axiológico conferido a través de la estructura de sentimiento que les conduce de la compasión a la indignación, más allá de entrar en contacto con el mediador para que se haga cargo. Por último, la denuncia de explotación debe basarse en hechos, estar dotada de un grado notable de concreción para que sirva como mediación para la acción, en este caso, las alusiones son al sistema y a una noción de corresponsabilidad no explicitada, cuya comprensión depende de los presupuestos compartidos con los destinatarios. En resumen, este posicionamiento enunciativo distante puede criticarse y ser rechazado al obligar a los destinatarios a enfrentarse a una figuración global que resulta difícilmente aprehensible y que, además, genera un alto grado de incertidumbre e incomprensión.

En comparación, encontramos otras formulaciones de menor difusión pero que plantean una atribución de responsabilidad y una concreción plástica mucho mayor, como esta campaña de la Fundación Juan Ciudad sobre la deuda externa (Figura 275).



Figura 275 Fundación Juan Ciudad (2000)

### e) La responsabilidad sistémica y agencia colectiva

Atribuir la responsabilidad al sistema es una forma de evitar que el enunciador sea acusado de realizar una denuncia interesada, basada en una solidaridad de clan. Sin embargo, esta responsabilidad sistémica, como hemos apuntado, al mismo tiempo, puede restarle eficacia al acto de denuncia y acusación.

Para que la denuncia adquiriera legitimidad pero, sobre todo, para que participe de la movilización de agenciamientos colectivos en el espacio público debería ser capaz de apuntar hacia sistemas, estructuras, instituciones –agentes colectivos y complejos-, sin obviar el modo en que los agentes singulares están involucrados. Medir y calcular las distancias –identitarias y afectivas- es imprescindible para que la denuncia sea eficaz en el régimen de justicia.

Según Boltanski, la principal ventaja de este tipo de figuración es que alude a la generalidad, a las interdependencias y articulaciones, conectándose además con una política de la piedad y con la conformación de un *ethos* humanitario. En los términos de este análisis, este tipo de figuraciones consiguen repolitizar la formación discursiva de la solidaridad.

La dificultad reside en lograr imaginar y comunicar representaciones, figuraciones capaces de dar cuenta de la complejidad de las redes y relaciones que se establecen entre los actores implicados en una estructura de desigualdad e injusticia, más aún, cuando se aspira a hacerlo en términos de ciudadanía global y humanidad. Esta dificultad conlleva una pregunta complementaria, formulada entre otros por Peñamarín, ¿es posible presuponer de forma general que 'todos o cada uno de nosotros' desea que el mundo cambie? Si perseguimos este tipo de figuraciones y pretendemos que se establezcan en el espacio público, inferimos con ellas que existe, por parte de los destinatarios que sostengan estas representaciones sobre la responsabilidad sistémica, un reconocimiento previo sobre la situación injusta y la desigualdad en que vivimos. La contradicción reside en que podríamos llegar a suponer que la mayoría de las personas percibe el orden social global como injusto, pero, al mismo tiempo, a duras penas podríamos concluir que esa 'mayoría' se reconoce como parte de esa descripción (Peñamarín: 2001,102).

Este es uno de los grandes retos a los que se enfrentan tanto los teóricos como los actores sociales, de qué manera se puede llegar a relacionar la injusticia o la desigualdad como descripción del orden social en abstracto con el ámbito propio; cómo introducir esta dimensión en el mundo de cada uno. Una de las preguntas que emergen a la luz de este reto es si los sujetos, tanto individuales como colectivos son capaces de vincularse con otros sujetos, con los contextos que éstos habitan, etc. a partir de conceptos y relaciones enunciadas



en términos abstractos. Creemos que esta pregunta sólo puede formularse en términos retóricos, al menos si aceptamos los planteamientos sobre la centralidad de la figuración.

Los diversos procesos globalizadores, los flujos migratorios, la aparición de nuevos tipos de sujetos sociales transnacionales, han fomentado el debate acerca de la aparición de una sociedad civil transnacional, sin embargo, aún estamos lejos de que los 'valores de solidaridad cosmopolita' se introduzcan en las esferas de discusión pública como asuntos políticos. Tampoco se ha producido una integración cognitiva, y menos aún afectiva, en un supuesto *ethos* humanitario inclusivo.

Según Elias, los seres humanos se encuentran en un proceso de integración global en la humanidad; un proceso que va acompañado de otros movimientos de desintegración en paralelo, que indican el desplazamiento del poder de un plano a otro. En este sentido, aceptar una vinculación a mayor nivel implica siempre renunciar a determinadas pertenencias sentidas, así como a cuotas de poder y autonomía en otras vinculaciones que se diluirían en esa mayor<sup>570</sup>. Esta integración demuestra la emergencia de un *ethos* “de un sentimiento nuevo y global por el destino de los individuos en estado de necesidad” (Elias, 1987:193), proceso que debería culminar en la cristalización de un fuerte sentimiento de nosotros. Sin embargo, “la imagen del nosotros va muy a la zaga de la realidad de las interdependencias globales.” Frente a esta realidad, hace ya dos décadas Elias planteaba: “Quizá la unión en planos superiores, y en particular, la cada vez más fuerte integración de la humanidad, pueda ser comprendida como un hecho; como eje de los sentimientos de pertenencia y como guía de la acción individual. La humanidad se encuentra aún en una etapa inicial” (Elias, 1987:263).

No se ha logrado aún, desde nuestro punto de vista, fijar modos de sentir y de comportarse en términos de humanidad, por ello “mientras no existan lazos emocionales que unan la unidad de orden superior a la identidad personal, mientras no exista un sentimiento de nosotros, el empaldecimiento o la desaparición del grupo con carácter de nosotros de orden inferior aparecen de hecho como una especie de amenaza de muerte, como una decadencia colectiva y, sin duda, como una total pérdida de sentido” (Elias, 1987:261).

Las ONGD, en su función de mediadores entre centro y periferia se presentan como adalides de esta nueva sociedad transnacional, como portavoces del *ethos* humanitario en formación. Sin embargo, el discurso de la cooperación más bien bascula entre esta posición y aquella

<sup>570</sup> “La disolución del grupo con carácter de nosotros al que uno pertenece en un grupo con carácter de nosotros de orden superior se entiende únicamente como una desvalorización de algo muy apreciado” (Elias, 1987:260).

mediante la cual se refuerzan los marcos locales, regionales o nacionales. Esta última función está presente sobre todo durante las emergencias humanitarias, periodos en los que se incide en la idea de la 'solidaridad española' frente a la de otros países. Por tanto, no habría que olvidar esta doble función: la introducción de aspectos transnacionales en las esferas públicas de discusión, junto con el refuerzo de consensos y legitimidades en el marco de la política doméstica a diferentes niveles, teniendo en cuenta, por ejemplo, la expansión de la cooperación descentralizada.

Este debate podría formularse como una tensión entre lo universal y lo particular. Supera los objetivos de este trabajo abordar, con la seriedad que se merece, el asunto sobre las complejas relaciones entre lo universal, lo particular y lo singular, y los modos en que podría dotarse de sentido –ofrecer alguna figuración– a estas interdependencias, planos de integración y *ethos*. No obstante, nos gustaría apuntar algunas cuestiones relevantes para el análisis. Nuestra consideración de partida es que no es posible que se constituya un agenciamiento enunciativo en términos de un universal abstracto, por ahora no podemos imaginarnos políticamente desde ese lugar. Nuestra inscripción socio-política debe adoptar alguna forma particular; forma que en la sociedad actual nos encarna como sujetos ciudadanos.

En las bases del planteamiento hegeliano sobre este asunto, el Estado sirve como forma de conciliación entre lo universal y lo particular. El acto de constitución de la soberanía fundante en el Estado-nación, a la que se refiere Agamben, posibilita la construcción de un Universal particular, tal y como se define en la filosofía hegeliana. Lo particular, una construcción y posición de identidad basada en la exclusión de los que son *homo sacer*, se convierte en un orden de lo Universal. El Universal Particular nos indica, como lo hacen las representaciones míticas barthesianas, que existe una fractura, un trabajo ideológico imparable por el que lo concreto y particular coloniza lo universal y general<sup>571</sup>. El Universal pasa por una serie de encarnaciones particulares, afirma Zizek, y son dichas particularidades las que se hegemonizan moralizando la universalidad y dotándola de eficiencia.

Deleuze reflexiona también sobre estos asuntos en su *Lógica del sentido* (1989), al caracterizar el acontecimiento afirma: “no hay acontecimientos privados, y otros colectivos; como

---

<sup>571</sup> Estas ideas también están contenidas en los planteamientos de Marx, según explica Zizek, “Lo Universal es simplemente una propiedad de los objetos particulares que en realidad existe, pero que cuando son víctimas del fetichismo de la mercancía parece como si el contenido concreto de la mercancía (su valor de uso) fuera un valor de su universalidad abstracta (su valor de cambio) –el Universal abstracto el Valor, aparece como la sustancia real que sucesivamente se encarna en una serie de objetos concretos” (Zizek, *El sublime objeto de la ideología*, ed Siglo XXI, 59-60).

tampoco existe lo individual y lo universal, particularidades y generalidades. Todo es singular, y por ello colectivo y privado a la vez, particular y general, ni individual ni universal. ¿Qué guerra no es un asunto privado? E inversamente, ¿qué herida no es de guerra, y venida de la sociedad entera? ¿Qué acontecimiento privado no tiene todas sus coordenadas, es decir, todas sus singularidades impersonales sociales?” (Deleuze, 1989: 160) Ahondando sobre esta idea de la necesaria existencia y encarnación de lo universal en la singularidad, el mismo autor propone que para que fuésemos capaces de comunicar la universalidad implicada en los acontecimientos, el individuo debería captarse a sí mismo como acontecimiento, “y que el acontecimiento que se efectúa en él fuera captado como otro individuo injertado en él.”<sup>572</sup>

Desde el punto de vista de las representaciones, estos planteamientos nos indican que la arquitectura enunciativa sobre la que se sostienen las figuraciones de la tónica de la denuncia deberían mantener un equilibrio preciso entre lo particular y lo general para lograr figuraciones sobre el sistema y el orden social en las que se encarne una versión del mundo en la cual los procesos de injusticia, la responsabilidad y las alternativas de solución sean inteligibles, superando la barrera que mantiene a estas representaciones como meros ejemplos de un mismo rostro, ilustraciones de la *nuda vida*, de individuos sin trascendencia ética ni política<sup>573</sup>.

Esta propuesta apela a figuraciones, producto de una imaginación política, ética y estética, capaces dar cuenta de la participación política de los sujetos, en términos de redistribución, reconocimiento y representación en el marco de la lucha por la justicia global (Fraser, 2006).

Cuando una denuncia proyecta la acusación hacia los sistemas, en vez de hacia las personas o entidades concretas, aparecen un conjunto de dificultades específicas. Con este tipo de acusación, los destinatarios se ven en la obligación de desdoblarse: por un lado, como individuos particulares y, por otro, como parte del sistema. ¿Cómo concilian los destinatarios esta doble posición? Asumiendo la figura del agente doble (Fabbri, 1988). Por un lado, lo que está en juego con este doble posicionamiento es una cuestión de fidelidad y por otro, en esta

<sup>572</sup> “Entonces este acontecimiento no sería comprendido, ni querido, ni representado sin comprender y querer también a todos los otros acontecimientos como individuos, sin representar todos los otros individuos como acontecimientos. Cada individuo sería como un espejo para la condensación de las singularidades, cada mundo una distancia en el espejo”. (Deleuze, 1989: 184)

<sup>573</sup> En este otro sentido, según Butler, “Los excluidos constituyen el límite contingente de la universalización. Y lo «universal», lejos de ser conmensurable con sus formulaciones convencionales, emerge como un *ideal* postulado y abierto que todavía no ha sido adecuadamente codificado por conjunto cualquiera de convenciones legales. Si las convenciones de universalidad existentes aceptadas *restringen* el dominio de lo decible, esta limitación produce lo decible, al establecer una frontera de demarcación entre lo decible y lo no decible” (Butler, 1998).

metáfora hay un anclaje que no se sostiene sobre principios éticos, sino sobre todo estéticos y estratégicos. “Los actores dobles que aparecen en el papel y que pueblan las numerosas novelas del género no cambian los signos de sus emociones por interés o por cálculo sino que lo hacen por ‘razonamiento figurativo’, por una lógica de las cualidades sensibles”<sup>574</sup> (Fabbri, 1988:113).

Volviendo sobre el planteamiento de Peñamarín, puede que los públicos denuncien la injusticia del sistema, al mismo tiempo que defienden, o más bien protegen, su participación en él. La argumentación estratégica sobre la que se sostiene, generalmente, esta duplicidad consiste en demostrar la relación difusa –o inexistente– entre acciones e intenciones. Desconocimiento, inconsciencia, falta de poder, inexorabilidad, etc. sirven para defender el hecho de que como individuos particulares, que sostienen una estructura o un sistema determinado, no son en realidad responsables del mismo.

Si tenemos en cuenta la precariedad del *ethos* humanitario comprenderemos porqué esta posición como agente doble está a merced de los cambios en las figuraciones de lo sensible, incluso los que pueden parecer más banales. La basculación entre una tópica del sentimentalismo y una tópica de la denuncia no depende de graves planteamientos ideológicos de orden cognitivo, sino más bien de interpretaciones y tensiones estéticas y afectivas que están en juego en el orden de las representaciones<sup>575</sup>.

Pensar la responsabilidad implica realizar un ejercicio imaginativo y reconocer con él, al menos, cierta capacidad de agencia y compromiso. También implica pensar que si hay responsables es porque lo que existe podría desenvolverse de otras maneras<sup>576</sup>. Desde nuestro punto de vista, el tipo de responsabilidad que más fácilmente conecta con la acusación sistémica es una responsabilidad colectiva, como la que se está empezando a dibujar en el horizonte discursivo de las ONGD, aunque muy tímidamente.

<sup>574</sup> “A menudo se trata de la influencia suave e insidiosa de las sensaciones más simples (Boullé), a veces se trata de la música en ocasión de ritos colectivos cotidianos (cena de Navidad, un oficio religioso, etc.) que parecen aptas para provocar el vuelco ‘patémico’: manifestación de odio por su propio equipo y sus valores o simpatía por la parte adversaria” (Fabbri, 1988:113-114).

<sup>575</sup> El planteamiento teórico de Rancière lo explica: los actos estéticos como configuraciones de la experiencia dan lugar a nuevos modos del sentir e inducen formas nuevas de la subjetividad política. Estas configuraciones muestran una división de lo sensible, concebido como “ese sistema de evidencias sensibles que pone al descubierto al mismo tiempo la existencia de un común y las delimitaciones que definen sus lugares y partes respectivas”, es decir, las tensiones que condensa todo universal particular. “Este reparto de partes y lugares se basa en una división de los espacios, los tiempos y las formas de actividad que determina la manera misma en que un común se presta a participación y unos y otros participan en esa división” (Rancière, 2002).

<sup>576</sup> Esta premisa podría ser otra forma de interpretar el lema: “Otro mundo es posible”, al margen de la tópica sentimentalista.

### 7.3.5 La voz del colectivo ONGD: la introducción de las estructuras sociales

Las campañas de la Coordinadora de ONGD parecen ser el ámbito natural para este tipo de representación ya que, en principio, al abandonar la lógica de competencia que caracterizó la conformación de la solidaridad mercantilizada, renuncian a la captación de fondos y trabajan en la promoción de otros ejes discursivos. Estas campañas persiguen la legitimación de las ONGD como agentes sociales, intermediarios válidos en el debate social y político que se organiza en torno a las administraciones públicas e instituciones, bien sean públicas o privadas. En el primer periodo, la CONGDE diseñó campañas a través de las cuales pretendía cristalizar y articular un campo semántico reconocible a partir de las nociones de solidaridad, ayuda, acción social, participación, desigualdad, pobreza y cooperación, articuladas sobre la tónica sentimental.

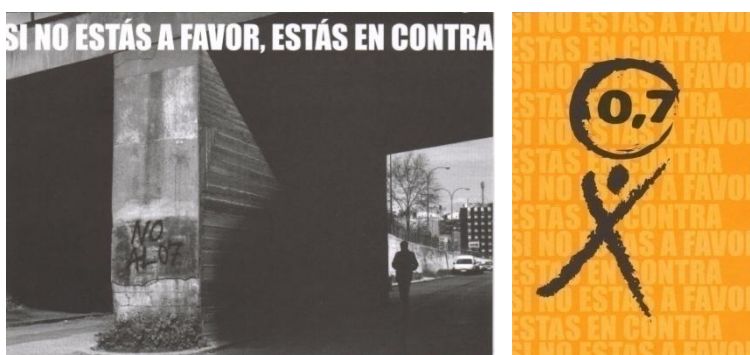


Figura 276 CONGDE <sup>577</sup>

Actualmente, la mayor parte de sus campañas apelan a los destinatarios como ciudadanos, y se sitúan en la tónica de la denuncia utilizando para ello referentes políticos internacionales y nacionales como: la reclamación del 0,7% del PIB (Figura 276) para cooperación o los Objetivos del Milenio de la ONU. Aunque no siempre planteen responsables y causas para la injusticia y la desigualdad, sí que establecen quiénes son los agentes que deben garantizar la cooperación, instrumento clave, para ellos, en la erradicación de la pobreza. Cabe destacar de las campañas de la CONGDE una propuesta de acción diversa que ya no sólo se cifra en

<sup>577</sup> En esta campaña el texto que acompaña las postales dirigidas al presidente del gobierno decía: “Como persona preocupada por los asuntos públicos de mi comunidad, pero también del Tercer Mundo, me uno a las campañas de las Coordinadoras de ONGD para el desarrollo, y le pido que se dediquen más recursos para la cooperación internacional, y que se orienten eficazmente a combatir la pobreza.”

términos morales, pues en ellas interviene, a veces, una posición política e incluso se alude a la decisión electoral.

En la campaña en pro del 0,7% que coincidió con las elecciones generales de 2005 (Figura 277), se publicaron unas papeletas con el siguiente texto: “La pobreza es intolerable. Más de la mitad de la humanidad no puede cubrir sus necesidades básicas. Un mundo sin pobreza es posible”. La referencia al lema de los movimientos de resistencia global es evidente. Estos nuevos movimientos de acción social, obligan a las ONGD a ir desplazando paulatinamente su discurso hacia una postura explícitamente política, frente al apoliticismo de épocas anteriores. Todavía

en estas campañas el objetivo está restringido a la reivindicación de ayuda oficial “solidaria, desinteresada, transparente y participativa.” Reclaman una mejora de sus instrumentos de trabajo y lo hacen desde su posición de agentes expertos, aunque involucran en dicha petición a los ciudadanos.



Figura 277 CONGDE (2005)<sup>578</sup>

Un cambio en la búsqueda de figuraciones de la acción colectiva se produce cuando en siguientes campañas (Figura 278) se pide a los ciudadanos que actúen como tales presionando a los dirigentes para lograr un cambio profundo, una transformación en los términos del sistema. En estas nuevas campañas se identifica a los representantes políticos por sus nombres y se solicita de ellos un ejercicio democrático en el que, de forma efectiva, se dé cuenta del sentir de la ciudadanía, al menos, de aquella vehiculada a través de las ONGD. Enuncian un sentir que se atribuye a la voz de la ciudadanía global, aunque –como vimos en el

<sup>578</sup> La representación de esta mujer como candidata al 0,7 juega con la ambigüedad, por una parte podría ser interpretada como candidata política y por tanto un sujeto con derechos, pero por otra como una mujer beneficiaria de la ayuda al desarrollo, remitiendo a su condición necesitada.

caso de los solidarios famosos- las posibilidades de acción política se restringen, sobre todo, al ámbito nacional.

Este nuevo posicionamiento global o transnacional no está exento de conflictos y dilemas éticos. Se puede objetar que al amplificar la posición del espectador y su supuesta capacidad de acción ofrecen una representación del sistema idealizada, libre de la articulación de las diferencias, ajena a las relaciones de poder e incapaz de dar cuenta de las condiciones subalternas en conexión con los privilegios. Hay espacio para la representación de sufrimientos múltiples, pero el espectador difícilmente queda representado en una posición desde la que se articule un compromiso colectivo y singular. Ya hemos dicho que si la acusación es colectiva y si se dirige en igual medida a todos incluidos, simplemente por su participación en un sistema, se tiende a eludir el registro de la responsabilidad. Para que ésta no se difumine por completo resulta necesario abordar la espinosa cuestión de los grados, intensidades y niveles de compromiso que atañen a los distintos actores responsables.

Para poder mantener la idea de responsabilidad colectiva se debe presuponer la separación entre los agentes culpables y aquellos que no están inscritos en la acusación. Sin embargo, Boltanski considera que esta división renuncia a la principal ventaja de la representación sistémica de la denuncia y, de este modo, la responsabilidad queda salvada pero al precio de atenuar su carácter colectivo y sistémico (Boltanski, 2000:117). Sin embargo, hay que considerar también que ésta es, precisamente, la vía que permite ahondar en una figuración más densa, definida y concreta. La definición de ‘un lugar en el mundo’ como parte de un entramado de responsabilidades puede conducir a la asunción de un lugar pasivo por parte del espectador, pero también puede promover la llamada toma de conciencia que movilice una responsabilidad activa. Es una posición que se vuelve más compleja cuanto mayor es la distancia y los espacios de mediación entre el espectador y la víctima infeliz. La distancia y la creciente complejidad del entramado de responsabilidades son dos de los factores que obstaculizan la conversión del espectador en agente.

Ricoeur nos recuerda que cuando realizamos una acusación de culpabilidad colectiva, casi siempre, nos aventuramos a una zona incierta, dado que esta sanción general no permite mantener la acusación en un plano definido y limitado en el que nos sea posible determinar con claridad los actos individuales, esto es, el nivel específico de responsabilidad. Esta concreción de la responsabilidad, que debería quedar inscrita en las coyunturas socio-históricas específicas, es imprescindible también para la futura búsqueda de soluciones.





Figura 278 Campaña CONGDE

En el discurso publicitario de las ONGD la búsqueda de una concreción de los agentes responsables ha recaído, por el momento, en los líderes mundiales, presidentes de Gobierno y de organismos internacionales como el FMI. Por ejemplo, en la campaña de Pobreza Cero (Figura 278), se aludía al compromiso adquirido por Estados y Gobiernos en el cumplimiento de los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas. De esta forma, se sitúa a los destinatarios como sujetos representados políticamente que pueden presionar a sus representantes para que cumplan los compromisos adquiridos. No obstante, el *ethos* discursivo de la campaña aún está lejos de otras posiciones más contundentes como las que reclaman la rendición de cuentas y la justiciabilidad por la negación y dejación de responsabilidades que puedan derivar en violaciones de derechos humanos, como por ejemplo la que puede encontrarse en campañas de Amnistía Internacional, de las que nos ocuparemos a continuación.

En el folleto de la campaña “Pobreza Cero” se reproduce una figura tópica de las relaciones entre países ricos y pobres, basada en la estrategia estadística y con pocos ítems que apunten a la corresponsabilidad de los sujetos individuales. Podríamos interpretarla a la luz de lo que planteaba Boltanski, esto es la disociación entre agentes culpables y aquellos que no lo son. En la descripción de la desigualdad tan sólo se ofrece un caso en el que el destinatario pueda

identificarse de manera singular y ocupar un lugar en el entramado de relaciones, se trata del caso de la contaminación en el que se compara que “1 habitante de un país rico emite 15 veces más CO<sub>2</sub> a la atmósfera que 1 de África subsahariana.” Junto a éste se dan otras comparaciones genéricas: “10% de la población mundial disfruta el 70% de las riquezas” y “por cada euro de ayuda los países ricos empleamos 6 en subvenciones a nuestra agricultura”. Los otros 7 ítems contrastan países ricos y pobres globalmente. Con este discurso los destinatarios tal vez se sientan parte de la colectividad de los ricos o afortunados, pero también puede provocar en ellos una sensación de impotencia al sentirse abrumados por la concreción y, sobre todo, por la magnitud apuntada en el esquema global de relación desiguales propuesto por el texto, más aún si se compara con percepciones restrictivas de la capacidad de agencia.

Por otro lado, la campaña establece una serie de propuestas de acción y compromisos específicos que atañen a los poderes públicos e institucionales de los países ricos. Las peticiones persiguen una institucionalización y una conversión en instrumentos legales, políticos y económicos específicos que superan el mero compromiso moral: más y mejor ayuda para el desarrollo, cancelación de la deuda, cambio de las normas del comercio internacional, eliminación de las subvenciones proteccionistas y protección de los servicios públicos frente a la privatización.

La movilización y la defensa de la palabra pública en esta campaña no remite a un marco simplificado de moralidad, sino a una definición de un espacio común compartido en términos políticos. Esta campaña es un ejemplo de cómo se está transformando la interpelación a los destinatarios desde su lugar de espectadores hacia su condición de actores: “Únete y firma. Entra y muévete”. Se trata de persuadirles de su capacidad de intervención, acción y poder: “Somos la primera generación capaz de erradicar la pobreza y no vamos a desaprovechar esta oportunidad.” Pero no estamos ante una reconstrucción del sentimiento de poder otorgado a los destinatarios para salvar a los sujetos infelices y al mundo, que dominaba la tónica del sentimiento, pues en este caso la capacidad se ubica en otra dimensión, la de la acción colectiva. El discurso apunta hacia la configuración del *ethos* humanitario, promoviendo la identificación de los destinatarios como ciudadanos en una sociedad global, junto con otros muchos, y procura además inscribirlos no en un espacio atemporal sino en un eje historizado. “Esta campaña forma parte de la coalición internacional ‘Llamada global para actuar contra la pobreza, movilizando a millones de personas en más de cien países’”.

Dos imágenes visuales sostienen la campaña: un portero automático y unos sujetos detrás de una pancarta. Dos propuestas de acción, llamar a la puerta de los gobernantes, a las ‘casas’ del

poder desde la calle y tomar el espacio público, manifestarse. En ambos casos, se está poniendo cuerpo a la importancia de la palabra, más concretamente, de la denuncia pública. Interpretamos esta campaña como una propuesta a tomar la palabra, pero en un sentido diferente al que está asociado al de ser voz de los sin voz o al de la palabra patética. Participar en el debate público, tomar la palabra ha sido un tipo de acción siempre cuestionada en el ámbito de la representación del sufrimiento, veremos a continuación cuáles son algunas de las críticas y de qué manera puede revalorizarse esta estrategia en la publicidad de las ONGD.

### **7.3.6 La crítica de la denuncia y el poder performativo de la palabra pública**

La denuncia indignada del espectador es susceptible de crítica por varias razones (Boltanski, 2000:110-115):

- ⊙ Por banal, arguyendo que no llega a demostrar nada por ser excesivamente genérica y sin interés, como suceden en muchas campañas de publicidad que hemos mostrado al comienzo de este apartado.
- ⊙ Por inauténtica, arguyendo que no hay un interés cierto y demostrable por el sufrimiento de los otros sino que en realidad es un acto interesado encubierto, que se demuestra por que el denunciante, verdaderamente, no sufre ni está afectado por las condiciones que denuncia.
- ⊙ Por interesada, en este caso se argumenta que la denuncia esconde en realidad intereses espurios que nada tienen que ver con la causa y se debe bien al ejercicio de una solidaridad identitaria, bien a una búsqueda de estima social o la defensa del interés específico por parte del acusador.
- ⊙ Por irresponsable, dado que al no estar involucrado, el denunciante se ve libre para realizar la denuncia en unos términos radicales que no tengan en cuenta las consecuencias derivadas.
- ⊙ Por desviada, argumentando que se señala a unos supuestos culpables que no lo son en realidad, por lo que la acción que propone no puede ser eficaz respecto al mal que pretende atacar.
- ⊙ Por ineficaz, en estos casos no se considera a la denuncia una forma de acción en sí misma, puesto que se disocia el discurso de la acción, no se reconoce su dimensión performativa.

Cuando se critica a la denuncia como sustituto de la acción, se afirma que su compromiso no es un verdadero compromiso, son sólo palabras que no cuestan nada y aplacan la inquietud moral del espectador sin atenuar de ninguna manera el sufrimiento del infeliz. Aquí se mezclan dos argumentos, uno los sacrificios de aquel que denuncia, los costes y riesgos de la denuncia y por otra parte, la eficacia de la denuncia, su capacidad para hacer disminuir el sufrimiento.

Es una táctica habitual, enmarcada en el sentimentalismo, denostar una denuncia o una crítica por superficial, banal, o incluso hipócrita, bajo el argumento de que no es auténtica ya que el denunciante no comparte, en realidad, circunstancias similares con el infeliz y, por tanto, no puede existir hacia él un verdadero interés, ni una sincera empatía. Esta crítica vinculada con la tópica sentimentalista y la metafísica de la interioridad, solicita la mortificación y el sufrimiento empático como mejor prueba de la autenticidad de las razones que guían la denuncia<sup>579</sup>

Junto con la crítica a la hipocresía y a la búsqueda de estima social que promueve la falsa compasión, también puede aludir, como hemos señalado, al hecho de que el denunciante al no jugarse nada con la crítica puede plantearla en términos radicales, tal vez irresponsables sin tener en cuenta las consecuencias negativas que su denuncia puede acarrear a los infelices o subalternos sobre los que emite su juicio<sup>580</sup>. Para combatir esta crítica, el espectador del sufrimiento a distancia que denuncia una situación de injusticia tiene que demostrar, de alguna forma, que está involucrado en dicha situación y para él esta acción tiene un coste o entraña riesgo. Según Boltanski, sólo en estos casos la denuncia se reconoce como un verdadero compromiso, como un posicionamiento moral digno de respeto. El autor nos señala

<sup>579</sup> La crítica a la falta de autenticidad del testimonio por falta de sufrimiento compartido no conoce límites y es inherente a la crítica de la piedad, sobre todo, una basada en la concepción de sociedades organizadas sobre fuertes lazos identitarios. Sin embargo, esta crítica puede proceder de otras fuentes por ejemplo, para muchos autores, la piedad es una pasión inconcebible sino es al amparo de otras pasiones como la defensa egoísta del interés propio. Esta posición, cuyo mejor exponente es Nietzsche, guarda relación con una perspectiva ideológica característica de la política de la sospecha,

<sup>580</sup> La feminista post-colonial Spivak, refiriéndose al trabajo infantil y la explotación en Bangladesh, afirma que es fácil referirse a post-nacionalismo y transnacionalización, por ejemplo, cuando uno se encuentra y participa del marco de una sociedad civil singular, desde la que realiza la denuncia de este tipo de fenómenos. En esta línea, la autora reclama que para realizar la descripción y prescripción de lo que sucede económicamente en los países de la periferia, la historia de cada nación se incluya en el mapa geopolítico. Y señala que, por el momento, la lectura desde el cosmopolitismo está funcionando como una coartada para la geopolítica. Así, para realizar una denuncia sobre un tema como la explotación infantil debería eludirse el moralismo, ya que éste puede llevar a adoptar posturas que generen una injusticia aún mayor, por ejemplo, una estrategia de boicot que provoque más miseria en las familias (Spivak, 1999: 419).

lo contradictorio de esta percepción, sobre todo, en los casos en los que la denuncia se lleva a cabo en sociedades democráticas, porque en éstas el ejercicio de la crítica y la denuncia debería ser más sencillo y además obtener más eficacia, entre otras cosas, porque la difusión de la denuncia es más fácil y los agentes con poder más sensibles a la opinión pública.

Según Boltanski (2000:26-28), cuando hablamos de la palabra pública en el marco del sufrimiento a distancia no estamos pensando en transmitir un mensaje directamente hasta el infeliz –como ejemplifican las cartas del apadrinamiento–, sino que para que esta palabra sea capaz de

disminuir el sufrimiento, esto es, ser efectiva como forma de acción debe actuar como palabra pública política. Para ello, es necesario que se apoye en una instancia de mediación como la de la ciudad, a través de la cual se establecen posicionamientos enunciativos compartidos en los



Figura 279 Amnistía Internacional (2008)

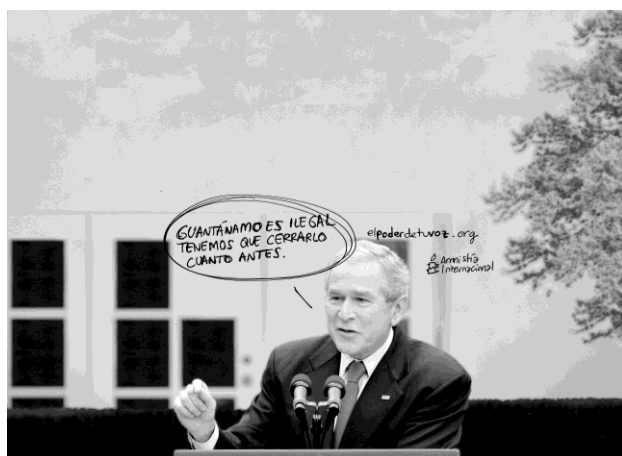


Figura 280 Fragmento Amnistía Internacional (2008)<sup>581</sup>

que los ciudadanos se insertan y desde los que su discurso adquiere potencia performativa.

Este es el argumento que Amnistía Internacional lleva utilizando como eje central de gran parte de su misión y de sus estrategias de acción desde hace décadas. Esta organización en sus campañas pone en valor la capacidad de la palabra como instrumento contra la violación de derechos humanos y el ejercicio de la participación política

(Figura 279 y Figura 280). Uno de los métodos de trabajo de Amnistía es el envío de cartas ya sea a autoridades competentes con poder de decisión, o a otros organismos internacionales que puedan ejercer presión y control sobre una situación de violación de derechos humanos. El objetivo de esta estrategia es que el ejercicio de la presión internacional a través de miles de cartas consiga que la sensación de impunidad con la que se actúa en los casos de violaciones no continúe y los responsables se sientan observados. En esta campaña de 1999 (Figura 281)

<sup>581</sup> “Guantánamo es ilegal, tenemos que cerrarlo cuanto antes”.



Amnistía Internacional explica el éxito que se puede obtener trabajando conjuntamente en equipos que envían cartas a autoridades y difundiendo información sobre un caso de violación de derechos humanos.

**Para cambiar el final de una noticia, se necesita ocupar una posición de poder. Como fontanero, traductora, estudiante, vendedor, funcionaria...**

Para ser socio de Amnistía Internacional, sólo hace falta creer que defender los derechos humanos puede ser una realidad.

**Una maestra de 50 años ayuda a tres objetores de conciencia griegos a salir de prisión.**

Centenares de personas como tú hacen posible que la defensa de los derechos humanos no sea una utopía, sino una realidad. Gracias a las acciones de un grupo de almerienses, entre los que se cuentan una maestra, un procurador, un estudiante y un abogado, tres objetores de conciencia fueron puestos en libertad. En aquel momento, en Grecia no se tenía derecho a un servicio social sustitutorio y, por negarse a incorporarse a filas, fueron condenados a cuatro años de prisión. Afortunadamente, Amnistía Internacional permite que tu voz se oiga. Hazte socio y colabora con tu aportación económica o tu trabajo.

**Un acomodador de teatro ayuda a salir de prisión a un hombre condenado por expresar ideas políticas de manera pacífica.**

En Cuba, ejercer el derecho a la libertad de expresión, aunque sea de manera pacífica, puede ser castigado. Afortunadamente, los socios de Amnistía Internacional pueden hacer que con su ayuda económica o su trabajo, las personas condenadas injustamente puedan ser libres de nuevo.

**Funcionarios y parados españoles se movilizan para evitar que un cristiano sea ahorcado en público por expresar sus ideas religiosas.**

Cartas a las autoridades y difusión de la información sobre el caso, fueron algunas de las acciones que funcionarios, parados, traductores y amas de casa, socios de Amnistía Internacional, realizaron para conseguir la liberación de un cristiano paquistaní condenado a la horca después de haber discutido con un musulmán y expresado sus ideas religiosas. Amnistía Internacional permite que tu voz se oiga. Hazte socio y colabora con tu aportación económica o tu trabajo.

**Un pediatra y un grupo de jubilados ayudan a excarcelar a dos médicos condenados a 22 años por curar a un enfermo.**

El paciente fue acusado de pertenecer a un grupo armado peruano. Gracias a la labor del grupo de Amnistía Internacional en Oviedo, los médicos fueron puestos en libertad. Centenares de personas como tú hacen posible la defensa de los derechos humanos. Hazte socio de Amnistía Internacional.

Sea cual sea tu edad o profesión, puedes hacer que la defensa de los derechos humanos sea posible.

Quiero hacerme socio de Amnistía Internacional, por favor envíeme más información:

Nombre \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

C.P. \_\_\_\_\_ Ciudad \_\_\_\_\_

**Amnistía Internacional**

P-224

C/ Fernando VI, 8 - 1ª Izda.  
28004 MADRID  
Teléfono 91 310 12 77

Figura 281 Amnistía Internacional (1999)

Entre otras cosas, el reconocimiento político del poder performativo de la palabra lo demuestra la censura que el gobierno español ejerció sobre dos campañas de Amnistía Internacional, "Ponte en su piel" (2002) (Figura 282) y "El poder de tu voz" (2008)<sup>582</sup>, para que

<sup>582</sup> Amnistía Internacional recurrió la decisión en ambos casos. Recientemente, en Julio de 2009 el Tribunal Supremo ha estimado que el Gobierno debió otorgar la "exención de cómputo" a la campaña por ser una publicidad de carácter benéfico y de servicio público.

podrían ser emitidas en televisión. A ambas campañas se les denegó la exención de cómputo para poder proyectarse al margen de la publicidad comercial y así solicitar la inserción gratuita en las televisiones, un instrumento que pretendía frenar su difusión, aunque estas campañas sí se difundieron en prensa y, sobre todo, a través de Internet. Todos los anuncios bloqueados, tres campañas distintas, tematizan la cuestión de la denuncia y la palabra pública y confirman que mientras perdure la regulación hegemónica de la formación discursiva cabe el valor de la solidaridad y la defensa de los derechos humanos en su versión armónica, no cabe el disenso y la denuncia.

En el caso de la campaña “Ponte en su piel” (Figura 282) se trataba de dar publicidad al informe: *“España: Crisis de identidad: tortura y malos tratos por motivos racistas a manos de agentes del Estado”*, en el que se documentan más de 320 casos de malos tratos con componente racista registrados entre 1995 y 2002. La razón para bloquear el anuncio fue que desacreditaba a los cuerpos y fuerzas de seguridad del estado, convirtiéndolos, según informa Amnistía, “en un asunto de polémica y controversia pública”.

En el primer spot (2002) (Figura 282) se ve a una mujer, suponemos que latinoamericana hablando pero es imposible escucharla por el ruido de interferencias, salvo al final que dice llorando: “Yo tenía mucho miedo”. En la segunda versión aparece un varón africano que también al acabar afirma: “te llevan, tres días, no comes, no duermes y sin razón”. El texto sobre impreso en la imagen de ambos anuncios dice: “En España hay más de 300 denuncias de malos tratos policiales a inmigrantes por motivos racistas pero no los estamos escuchando. Tú puedes escucharlo en [www.PonteensuPiel.org](http://www.PonteensuPiel.org).”



Figura 282 Amnistía Internacional (2008)

En 2008 Amnistía Internacional celebra que llevan “30 años haciéndonos escuchar” con un spot sobre la tortura en el que a una narración en off sobre un caso de tortura y una imagen distorsionada por interferencias le acompaña el texto: “Si nadie dice nada es como si no



existiera” (2008)<sup>583</sup>. Y por último en la tercera de las campañas censuradas, una voz en off hace proclamar a líderes mundiales<sup>584</sup>, cuestionados por violar o no proteger los derechos humanos, pasajes de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que termina de declamar un varón joven que figurativiza al conjunto de ciudadanos con capacidad para hacer oír su voz. La censura de estos anuncios, o la misma existencia de la “exención de cómputo”, es decir, el hecho de que sea una instancia estatal la que determine qué es un discurso benéfico, solidario o de servicio público, nos sitúa frente a un problema de gran calado, ya que “la clave para la delineación del discurso protegido está en la cuestión de: ¿qué constituirá el dominio de lo legal y legítimamente decible? (...)¿Cómo podríamos continuar insistiendo en reformulaciones de la universalidad más expansivas, si nos comprometemos a honrar sólo aquellas versiones provisionales y estrechas de la universalidad actualmente codificadas por la ley internacional?” Puesto que como explica Butler, “Decir que se ha alcanzado una convención de consenso implica no reconocer que la vida temporal de la convención excede su pasado. Podemos esperar que sabremos por adelantado el significado que debe serle asignado a la declaración de universalidad, o ¿es esta declaración la oportunidad para un significado que no va a ser completamente o concretamente anticipado? ” (Butler, 1998). Este asunto nos devuelve a la regulación y el poder ejercido desde toda formación discursiva que se encarga de formas múltiples de producir lo impronunciable.

### a) La campaña “Exige dignidad”

Acabamos este análisis de las limitaciones y potencialidades de la tónica de la denuncia dando algunos apuntes de la campaña “Exige dignidad” (2009) (Figura 283) que Amnistía Internacional acaba de lanzar, como una campaña a largo plazo y que parece desarrollar aspectos relevantes en relación al recorrido que se ha llevado a cabo en esta tesis. “Exige Dignidad” tiene como uno de sus principales objetivos modificar el marco del debate sobre la pobreza y la cooperación. De resultar exitosa conseguiría reapropiarse de ciertos términos hegemónicos en la formación discursiva de la solidaridad y resignificarlos, ampliando sus fronteras y sentidos, por ejemplo, enmarcando la pobreza como una situación que viola la

<sup>583</sup> El anuncio puede ver en la web: <http://www.es.amnesty.org/el-gobierno-obstaculiza-la-emision-de-un-anuncio-de-amnistia-internacional-otra-vez>

<sup>584</sup> En el anuncio aparecen el presidente de Argelia Muammar al-Gaddafi, el presidente de Irán Mahmud Ahmadineyad, el presidente de Rusia Vladimir Putin, el presidente de EEUU George W. Bush, el presidente de Cuba Fidel Castro, Hu Jintao presidente de China, el presidente de Corea del Norte Kim Jong-il y el presidente de Israel Ehud Olmert.

legalidad internacional. La pobreza en esta campaña deja de ser un tema técnico y se convierte en un problema político, de gobernanza. Por esta razón, la representación de la pobreza que está implicada en las imágenes de la campaña -como la que se observa en la Figura 283- requiere de una interpretación compleja, que no resulta evidente en una primera lectura. En este caso, la imagen del cartel tematiza la violencia en el marco de una campaña más amplia que intentará articular esta dimensión-junto a otras- con la pobreza, esta última también está tematizada en la imagen, pero no de igual manera que lo está en las representaciones cronotópicas más convencionales.



Figura 283 Amnistía Internacional (2009)

El punto de partida de la campaña es la idea de que la pobreza es una condición que propicia las violaciones de derechos humanos y aumenta la vulnerabilidad de las personas y que, al mismo tiempo, las violaciones de derechos humanos generan y profundizan situaciones de pobreza. “La campaña denunciará el fuerte impacto que ocasiona la pobreza en el acceso y disfrute de los derechos económicos, civiles, sociales, políticos y culturales. Asimismo, nuestras acciones visibilizarán que un cuadro persistente de vulneraciones de derechos como la participación, la vivienda, la libertad de expresión, el derecho a ser informado/a, y la salud entre otros, no hace sino agravar y perpetuar la situación de pobreza”, según recoge el documento de estrategia de la sección española.

Los planteamientos básicos consisten en que vencer la pobreza no es un gesto de caridad y que es una obligación situar los derechos humanos al frente de esta lucha; así mismo, la pobreza

tiene responsables a los que es factible y inexcusable pedir cuentas. Por ello, la campaña exige dignidad, esto es, justicia contra la pobreza y no compasión. “El objetivo último de la campaña es poner fin a los abusos de derechos humanos que provocan e intensifican la pobreza, para lo cual debemos exigir la rendición de cuentas tanto de los gobiernos como de los actores económicos no estatales por las políticas y prácticas que generan pobreza.”

Para observar la diferencia de enfoque comparamos brevemente el folleto y el manifiesto de Manos Unidas de su campaña de 2008 (Figura 284), con el folleto de la campaña de Amnistía Internacional “Exige dignidad” (Figura 285), ambos centrados en el Objetivo del Milenio nº5: Mejorar la salud materna.

El folleto de Manos Unidas se refiere, básicamente, a sus trabajos como organización, el origen de los ingresos, su utilización, el tipo de proyectos aprobados, etc. El discurso se centra en las mujeres y se habla del derecho a vivir la maternidad “como una experiencia elegida, gozosa, compartida, segura para su vida y la de sus hijos”. La imagen de su cartel (Figura 284) es un dibujo gráfico de una mano indeterminada de una mujer y sobre ella la de un niño, todo el trabajo discursivo está presupuesto y apela a una imagen idealizada de la maternidad. Las asociaciones afectivas se articulan en torno a la idea de esperanza, que se ubica en un difuso contexto basado en un fondo cromático particular: verde. El mensaje visual de la campaña pretende además enlazar este objetivo con el logo de la propia organización haciendo referencia a las manos unidas. Y se hace una mención genérica al derecho de ser madre. En el spot de TV se adopta una estrategia de estetización clásica basada en la música de acordes tristes, las fotografías en blanco y negro de cuidada factura y una voz en off afirma: “El 90% de las mujeres de África perderá un hijo durante su vida, 2400 millones de personas no disponen de sanidad básica, 7 de cada 10 madres de Somalia y Etiopía no tienen agua potable, en el 2007 la esperanza de vida de las mujeres subsahariana era de 35 años, 902400707. Llámanos. Madres sanas derecho y esperanza. Manos Unidas”. Al ser una representación tan condensada y abierta cabe esperar que su interpretación se realice desde los posicionamientos hegemónicos de la formación discursiva de la solidaridad.

En el manifiesto de la campaña de Manos Unidas una de las primeras explicaciones de la mortalidad materna, junto con la falta de recursos sanitarios, es que: “En algunos países en desarrollo, las normas sociales restringen el contacto directo de la mujer con hombres ajenos a la familia, como por ejemplo los médicos; muchas no pueden tomar la decisión ni siquiera sobre el tipo de atención que ellas mismas deben recibir durante el embarazo, porque muchos maridos toman solos las decisiones sobre la salud de sus mujeres.

En el caso del folleto para la campaña “Exige Dignidad”, el lema del proyecto parcial centrado en mortalidad materna es “Muriendo demasiado joven, la mortalidad materna se cobra la vida de una mujer cada minuto”. El enfoque de su folleto de presentación es sensiblemente diverso. Se plantea que las mujeres, sobre todo las más pobres y las que pertenecen a minorías, tienen que hacer frente a graves barreras para acceder a los servicios de salud sexual y reproductiva. Pero lejos de aludir a barreras relacionadas con los principios culturalistas que se atribuyen a los otros como miembros de una cultura más atrasada, en la que las normas patriarcales perduran como un rasgo que evidencia su falta de modernización, Amnistía Internacional apuesta por enmarcar esta situación como un escándalo de derechos humanos, y señalar que “las negligencias y discriminaciones del gobierno suponen una violación de los derechos de las mujeres a la vida y a la salud en una escala masiva”. Las situaciones de necesidad no son, en primer lugar, un producto de la falta de educación y de desarrollo de orden cultural, sino que se deben comprender dentro del “ciclo de abusos de derechos humanos, privación, exclusión, inseguridad y falta de voz, que define y perpetúa la pobreza”. Se argumenta, que los gobiernos son los responsables de proveer los servicios para que estas muertes se puedan prevenir, en el lugar en el que Manos Unidas señala a los maridos de estas mujeres, o al hecho de que “las familias pobres suelen ser remisas a la hora de mandar a sus hijas a la escuela”. Aún es mayor el contraste entre campañas y perspectivas si observamos que la imagen del cartel (Figura 285) que acompaña este proyecto de Amnistía sobre salud materna escoge a un padre y a un hijo que suponemos están esperando a que una mujer dé a luz.



Figura 284 Manos Unidas (2008)



Figura 285 Amnistía Internacional (2009)

Volviendo sobre los principios de la campaña “Exige Dignidad”, en primer lugar, nos encontramos ante una campaña que desarrolla explícitamente una estrategia orientada al cambio de discurso y de posicionamientos ideológicos, valorizando para ello la incidencia de la voz pública y la posibilidad de intervenir en el fortalecimiento de la sociedad civil global.

En segundo lugar, esta campaña propone un claro cambio de la arquitectura enunciativa situando otros pronombres y posicionamientos. La relación yo-tú se construye en el interior de un nosotros como personas titulares de derechos que se posicionan frente a dos tipos de agentes ‘ellos’: las víctimas y los responsables. La novedad, con respecto a las escenas enunciativas anteriores, es que el ‘ellos’ víctimas de violaciones de derechos humanos es, a la vez, parte activa del nosotros titulares de derechos. Por otra parte, Amnistía rechaza abiertamente la posición de agente experto en este proceso y reclama para sí un papel como mediador más democrático y ético, que le permita trabajar para la incorporación de las víctimas y personas en situación de vulnerabilidad como agentes de su propia toma de decisiones. En este sentido, el documento de estrategia recoge que “otro elemento diferenciador del trabajo de Amnistía Internacional incidirá en la necesidad de que las personas que viven en la pobreza sean percibidas por la sociedad y por los Estados como titulares de derechos y no como meros destinatarios pasivos de las políticas de desarrollo y políticas sociales”, ni de las acciones de la misma organización en defensa de sus derechos.

En tercer lugar, se trata de una campaña que apunta tanto a los responsables de la situación como a las causas de la misma, ya que se sostiene como principio que la causa de la pobreza se encuentra en “la discriminación en el acceso a los derechos humanos y la marginación social y política que impide la participación en el diseño e implementación de las políticas sociales.”

Esta visión pone en juego la lógica de la interseccionalidad y articulación entre la redistribución, el reconocimiento y la representación al defender la interconexión entre la falta de voz, las condiciones de exclusión, la privación de recursos y la inseguridad<sup>585</sup>. Esto supone defender una idea de democracia en la que la comunicación, la economía, el reconocimiento identitario y la seguridad frente a la violencia estén protegidas y se den además las condiciones para que puedan desarrollarse las capacidades de las personas y de los colectivos.

<sup>585</sup> Recordando las ideas de Fraser, “una teoría de la justicia adecuada a nuestra época debe ser tridimensional. Debe permitirnos aprehender el problema del marco como una cuestión de justicia, abarcando no sólo la distribución y el reconocimiento, sino también la representación. Igualmente, debe capacitarnos para identificar las injusticias debidas a la falta de un marco adecuado para evaluar los posibles remedios incorporando las dimensiones económica, cultural y política” (Fraser: 2006:41)

Para poder hacer efectivo este planteamiento la campaña defiende una concepción multidimensional de la pobreza, “alrededor de la idea de que la pobreza es una situación que trasciende la falta de recursos económicos”. Específicamente adopta el enfoque de las capacidades de Amartya Sen para intersectar los aspectos económicos, con la perspectiva de los derechos humanos. Amnistía persigue la plena incorporación de estos planteamientos en el orden social a través de su institucionalización en los marcos establecidos de los ordenamientos políticos y jurídicos.

En cuarto lugar, estratégicamente se persigue poner rostro singular a la pobreza y a la violación de derechos humanos, al mismo tiempo que se enmarca esta representación en una dimensión socio-económica, cultural y política precisa y definida. “A través de la campaña, pondremos caras, nombres y apellidos a las estadísticas que representan a las personas que viven en la pobreza. Realizaremos un trabajo por casos individuales (...) y visibilizaremos las consecuencias concretas que tienen en la vida de las personas las acciones u omisiones de los Estados y de los actores no estatales.” Llevando al máximo la potencialidad de la tónica de la denuncia, esta campaña recupera una estrategia clásica del trabajo de la organización que es la conformación del caso. Además, como hemos podido leer, poner ‘rostro’ a la pobreza no tiene como objetivo ilustrar sino dotar de subjetividad, identidad a las víctimas, reconocerles su individualidad a través de los nombres y apellidos.

Los tres niveles a través de los que esta organización enfoca la campaña “Exige Dignidad” son los siguientes:

- La rendición de cuentas por parte de los agentes nacionales e internacionales, ya sean estatales como los gobiernos, como no estatales como las empresas, por las violaciones de derechos humanos que alimentan la pobreza. Se incorpora un trabajo que reclama las obligaciones extraterritoriales, es decir, la responsabilidad de los gobiernos y de las empresas fuera de sus fronteras nacionales. Esta es una posición que implica apuntar la responsabilidad que se deriva de la interdependencia global.

- El acceso de todos los sujetos, en especial de los que se hallan en condiciones de vulnerabilidad, a los mismos derechos y servicios fundamentales para la dignidad humana. En especial, será importante suprimir las barreras que dan acceso a la justicia de diversos tipos, ya sea por razones económicas por privación forzada o por el desconocimiento sobre los recursos y servicios.

- La participación activa de las personas que viven en la pobreza y sus representantes en la lucha contra ese mal. Los titulares de derechos humanos tienen que participar pero para ello



se debe dar un contexto en el que puedan hacerlo, y por ello habrá que incidir en los derechos comunicativos: libertad de información, reunión, etc. Esto implica que se defiende el sistema de ayuda, la acción colectiva sobre la base del derecho de las víctimas a ser iguales, a tener reconocida su dignidad y sus derechos y no sobre la base de un deber asociado a los que ya forman parte del pueblo soberano, al colectivo de los felices, afortunados sujetos morales solidarios.

Con el fin de enmarcar estas figuraciones se apela al entramado de instituciones y de instrumentos legales de los que se ha dotado la comunidad internacional no sólo en torno a los derechos civiles y políticos, sino además a los derechos económicos, sociales y culturales.

Este enfoque precisa de un manejo avanzado de la idea de articulación y de transnacionalización que hasta hace muy poco tiempo hubiese resultado impensable. Para conseguirlo es necesario desplegar toda la potencia que trae consigo el principio de universalidad e indivisibilidad de los derechos.

Uno de los instrumentos que servirá para alcanzar este objetivo es que la campaña se plantea un eje de articulación transversal que son los objetivos del desarrollo del milenio, un marco que ha propiciado, no sólo para esta campaña, sino para el conjunto de trabajo que están realizando las ONGD dotarse de un marco de acción y de unos mínimos planteamientos comunes que favorecen la conexión entre estas organizaciones privadas y el entramado institucional internacional.

Esta campaña puede entrar en contradicción con el discurso hegemónico que han mantenido durante la última década las ONGD, algo que contempla la propia Amnistía Internacional como parte de su estrategia. Por ejemplo, promover y reclamar la asunción de responsabilidad y la rendición de cuentas contradice la máxima del discurso no comprometido del marketing y la lógica del consumo. También obligará a la profundización de los discursos y las acciones de marketing social corporativo, como ya lo estaban haciendo estrategias afines como la del activismo accionarial.

Al cambiar la noción de pobreza, la arquitectura enunciativa, el espacio de la mediación es previsible que cambie con ello la estructura de sentimiento asociada. Para que esta campaña sea efectiva y eficaz habrá de promover nuevos modelos afectivos, maneras en las que los sujetos se vinculen a este *ethos* humanitario, sientan que forma parte de la figuración que apunta hacia la ciudadanía global, a su participación en el sistema.



# 8

## Conclusiones



En esta tesis se ha analizado la solidaridad como formación discursiva. Nos ha interesado estudiar cómo opera en tanto espacio de mediación experta y hemos abordado, a través de los discursos publicitarios, el lugar que las ONGD ocupan en esta mediación. Por otra parte, y como eje transversal en esta investigación, se ha indagado acerca de la estructura de sentimientos y las figuraciones que caracterizan a la formación discursiva de la solidaridad así como de los agenciamientos colectivos que ésta (im)posibilita.

Desarrollamos la hipótesis de que la formación discursiva de la solidaridad ejerce una función reguladora en la sociedad actual al institucionalizar un espacio de mediación –como lugar de acción de instancias delegadas- que opera mediante la cristalización de un conjunto de representaciones que tienen un carácter hegemónico. Hemos seleccionado como objeto de análisis la publicidad social de las ONGD porque consideramos que ese era el lugar (como espacio de traducción semiótica) en el que adquiriría cuerpo –materialidad significativa- la formación discursiva y lo abordamos como un género discursivo de naturaleza híbrida –en la frontera entre lo informativo y lo publicitario- que delimita un conjunto de reglas de producción e interpretación de los discursos del ámbito de la solidaridad constituyendo un proceso socio-discursivo institucionalizado.

Hemos defendido que la formación discursiva de la solidaridad se articula en torno a la disposición afectiva, política y moral que genera la contemplación del sufrimiento de los otros distantes –como infelices y desafortunados- y hemos indagado sobre el tipo de acción moral y política que se deriva (o podría derivarse) de este acto de contemplación en el marco de la sociedad actual. Considerándolas como espacio de mediación, elaboramos la idea de que las ONGD actúan como mediadores expertos que adquieren figuraciones diversas en relación al tipo de vínculos y posicionamientos que procuran y que se adscriben (e inscriben) como figuraciones habitables, tanto para los otros como para la comunidad del nosotros. De esta forma, las ONGD intervienen en la producción de las relaciones nosotros-ellos, relaciones asociadas a disposiciones de acción, hábitos socio-afectivos y vínculo éticos.

Argumentamos que la formación discursiva de la solidaridad se sostiene sobre una estructura de sentimiento particular, de la que hemos indagado su herencia ilustrada a partir de la elaboración clásica de los sentimientos morales. Este modelo socio-afectivo participa de la articulación de lo que hemos definido como una experiencia cultural solidaria.

La experiencia cultural solidaria debe interpretarse en el marco de una sociedad capitalista y de mercado en la que predomina la individualización, la fragmentación y la lógica narcisista. Esta experiencia participa de las dinámicas del desanclaje y reanclaje, es decir, está en

conexión con los modos a través de los cuales los sujetos interaccionan con lo familiar y con lo distante. El sistema experto de las ONGD permite que los sujetos se familiaricen con lo que, por definición, se presenta como distante y extraño; de esta forma, los sufrimientos y penalidades de otras personas que habitan otros lugares del planeta, a través de la mediación solidaria, pasan a ocupar el espacio cotidiano, por ejemplo, al conectar la solidaridad con las pautas de consumo. La solidaridad forma parte del tipo de experiencias de reanclaje globalizadas, podemos atribuirle un carácter transnacional debido, entre otras cosas, a la extensión de las prácticas y la estructura institucional sobre la que se sostienen la cooperación y el desarrollo.

Una de las maneras en las que esta mediación construye la experiencia cultural solidaria es otorgando a los sujetos destinatarios una posición social como parte de una comunidad del nosotros. Esta posición puede ser descrita en torno a tres figuras reconocibles que facilitan la condición de familiaridad de la formación discursiva.

En primer lugar, la solidaridad nos ubica como espectadores del sufrimiento, esto es, los sujetos recurren a su competencia discursiva para interpretar la multitud de imágenes y relatos que conviven en el espacio mediático y utilizan los presupuestos hegemónicos de la formación discursiva de la solidaridad para elaborar sentidos, a través de los cuales dar cierta unidad al entramado de fragmentos a los que hacen frente como espectadores de las desigualdades e injusticias. Por otro lado, hemos propuesto la idea de que esta condición de espectadores responde, además, a la producción de un tipo de mirada disciplinaria que regula la manera de mirar a los otros –para confirmar su condición infeliz y desafortunada- y de mirar a cada uno de los participantes en la comunidad del nosotros –para controlar su adecuación a la norma afectiva y moral prevista-.

En segundo lugar, la experiencia solidaria nos ubica como consumidores. Nuestro consumo solidario está asociado al consumo de textos mediáticos, estéticas y modas. También consumimos a los otros –culturales y económicos-, objetualizados a través de unas representaciones estetizantes, y además consumimos recorridos pasionales, sentimentalidad convertida en experiencias, vivencias que supuestamente se pueden poseer y acumular. La figura del consumidor está acompañada de la fantasía de la libre elección en el dominio del deseo de lo inmediato e ilimitado, un deseo común a la sociedad de mercado actual. Esta figura participa también del modelo de individualización extrema característica de la publicidad.

En tercer lugar, nos hallamos ante la figura del turista, del sujeto que viaja –la mayoría de las veces de forma vicaria- a conocer la otredad cultural, la miseria y el infortunio. El turista busca la experiencia auténtica en distintos sentidos, por un lado, anhela un encuentro con los otros “auténticos”, los que “verdaderamente” sufren, los que se encuentran más cercanos a un estado de naturaleza, es decir, se persigue llegar a conocer al auténtico *homo sacer*. Por otro lado, el turista también busca el tipo de experiencia subjetiva propia de la autenticidad sentimental, desea sentir su verdadero ser, su humanidad sincera. Ambos ejercicios, en el marco de la formación discursiva, le son accesibles a través de las representaciones solidarias. Hemos intentado mostrar en esta tesis cómo la experiencia cultural solidaria es multidimensional y en el marco de un mundo en el que la construcción del yo es un proyecto reflexivo, el yo solidario es una de las instancias que le da expresión. Si cada uno de nosotros está impelido a producirse, a construirse a sí mismo, la dimensión solidaria será una de las facetas imprescindibles para dicha construcción hoy; por tanto, la solidaridad puede entenderse como un impulso de auto-realización que además opera como un modo de acceso a la ciudadanía, al ser social.

El sistema experto de las ONGD participa de la configuración de este modelo reflexivo del yo y de la comunidad del nosotros en la que éste se inserta. Como decimos, lo hace tanto conectando lo familiar y lo distante, los espacios de intimidad e impersonalidad de los encuentros en los que el sujeto solidario participa, así como compaginando el compromiso privado y la acción pública de una manera particular.

Esta experiencia de familiaridad está basada, en gran medida, en la capacidad compartida por la comunidad del nosotros para reconocerse como habitante de una figuración del mundo y de una estructura de sentimiento; ambas facetas ofrecen seguridad a los sujetos ya que les proporcionan espacios –políticos, éticos y afectivos- confortables. Nuestra preocupación a lo largo de la tesis ha sido también preguntarnos si estos modos de apropiación de los acontecimientos y de las experiencias que genera la contemplación del sufrimiento a distancia, tal y como se están produciendo en el espacio mediático, no desactivan la potencialidad de dicha experiencia.

A la vista de nuestro análisis, a lo largo de las páginas que siguen, queremos hacernos unas últimas preguntas: ¿qué riesgos está controlando el sistema solidario? Y ¿qué riesgos estamos dispuestos a correr en el encuentro con los otros? ¿Cabe la posibilidad de des-familiarizarnos, de descentrar el lugar previsto por la formación discursiva para el encuentro con los otros? ¿Qué tendríamos que hacer para que eso sucediera? Junto a esto, en un sentido más amplio,

también nos planteamos: ¿podemos reclamar la existencia de un impulso moral socializado a través de la mediación experta? ¿Qué efectos tiene entonces la gestión de la moralidad? ¿Es posible delegar la responsabilidad moral?

Sin ánimo de proponer una afirmación taxativa creemos que, a pesar de los indicios que señalan ciertos desplazamientos en la formación discursiva solidaria y una ampliación de sus límites y sentidos hegemónicos, ésta parece haber cortocircuitado, en muchos sentidos, el recorrido moral que debería mobilizarse ante la contemplación del sufrimiento y el conocimiento de la desigualdad y la injusticia. Realizamos esta afirmación teniendo en cuenta siempre los límites de nuestra investigación, dado que no hemos abordado –en la extensión que se merecen– los modos de apropiación de la estructura de sentimiento por parte de los sujetos, lo que requeriría una investigación etnográfica que nos permitiera contrastar el alcance de nuestra interpretación. Por lo mismo, de aquí en adelante, las conclusiones que se presentan se plantean como preguntas e hipótesis de partida para investigaciones posteriores. Explicamos que la simpatía ilustrada se ha traducido en dos términos y experiencias afectivas asociadas: la empatía y la compasión. La comunicación empática y el contagio afectivo están en la base de la estructura de sentimiento solidaria a través de las máximas del sentimentalismo, hegemónico –todavía hoy– en la formación discursiva. Por su parte, el sentir compasivo es una instancia en la que los sujetos solidarios pueden establecer un contacto empático con los otros con los que comparten una supuesta común humanidad. Sin embargo, este sentir compasivo, tal y como se produce en la solidaridad experta, no indica la existencia de un marco igualitario, más bien al contrario: no hay simetría ni igualdad en el contacto empático ni se genera en el ejercicio compasivo. La igualdad, lejos de operar como un punto de partida, se apoya en los principios del saber experto para reificar una desigualdad que describe posiciones esenciales, es decir, sostiene una concepción gradual de la humanidad que incluye y excluye a los sujetos respecto a su adecuación a los modelos normativos consensuados en el espacio político de la normalidad. Con nuestros análisis mostramos cómo las representaciones cronotópicas promueven esta distancia gradual conforme a lo que cabe o no en el paradigma del humano compasivo, cómo refuerzan la desigualdad y con ello, en ocasiones, participan de la institucionalización de relaciones de poder injustas.

Desde ahí, planteamos como conclusión que la formación discursiva de la solidaridad, pese a presentarse como un discurso transformador del orden social y moral, participa de su fortalecimiento. Más aún, creemos que, al pretender elaborar una propuesta política capaz de articular algo como una comunidad humana, estaría participando de la lógica inmunitaria y

obstaculizando la emergencia de espacios para nuevas formas de imaginación política y de abordar la justicia. La mediación solidaria puede interpretarse como una “carnavalización” burocrática y mercantilizada, es decir, se promueve como una suspensión del orden social, un cuestionamiento y transformación de éste, pero a la vez lo hace con vocación normativa e inscrita en los valores y reglas que sostienen dicho orden.

Confirmamos nuestra idea central de que la solidaridad propone la creación de una comunidad humana que se sustenta sobre la base de una estructura de sentimientos morales que, supuestamente, todos compartimos por el hecho de ser humanos. Sin embargo, en la tesis señalamos los mecanismos que permiten poner en duda este principio, ya que en sus sentidos hegemónicos la solidaridad opera sobre principios de exclusión, asimetrías y desigualdades que la mera apelación a un instinto o a una comunión sentimental no logra superar.

Creemos que uno de los obstáculos que enfrenta la solidaridad contemporánea a la hora de imaginar qué puede ser una comunidad humana es que se basa en la noción clásica de la comunidad como pertenencia, es decir, como creación de un grupo que se identifica como conjunto por compartir ciertos rasgos. En este sentido, la comunidad humana no sería otra cosa que la ampliación, a modo de círculos concéntricos, de otras comunidades de orden y dimensión inferior o distinta como, por ejemplo, la nación, la etnia, el grupo religioso, etc. La pertenencia indica reconocimiento, vínculo y promueve la lealtad y, con ello, el interés mutuo. No obstante, nos gustaría apuntar en otra dirección: considerar, tal y como ha mostrado el pensamiento político contemporáneo, que esta idea de comunidad es claramente insuficiente porque no permite dar cuenta, entre otros fenómenos, de la articulación de las diferencias, de las relaciones de poder inscritas en el seno de una comunidad ni tampoco de los espacios socio-afectivos ambivalentes que implica convivir con otros. También nos parece limitada para constituir un modelo que guíe la imaginación política dado que, según estudiamos, está anclada en los patrones del individualismo narcisista y de la mercantilización capitalista; estos aspectos, como hemos tratado de mostrar, cortocircuitan en muchos sentidos la creación de un espacio de encuentro abierto a los otros, así como la de un modelo de sujeto moral –con conciencia de responsabilidad y dignidad- que atienda a su condición intersubjetiva básica.

Pese a las afirmaciones anteriores, queremos señalar que nuestros análisis nos han mostrado también cómo dentro de los márgenes de la formación discursiva de la solidaridad hay espacio para las transformaciones y los desplazamientos respecto a los sentidos hegemónicos. A lo largo de los distintos capítulos procuramos dar cuenta de cómo, junto con las representaciones que reiteran y refuerzan los valores e imaginarios propios de la tópica



sentimentalista, emergen en el ámbito de la solidaridad voces y posiciones que se inscriben en –o apuntan hacia- la tónica de la denuncia y que pretenden explorar otros universos de sentido con los que aproximarse a las estéticas y las acciones ético-políticas asociadas a la contemplación de las injusticias – y no sólo a la del sufrimiento.

Estas entonaciones emergentes son, en parte, las que impulsan las reflexiones que siguen a continuación y que –con el deseo de ser una mirada hacia adelante que inspire próximos pasos en la investigación- ofrecemos a modo de preguntas y orientaciones argumentativas tentativas, más que como conclusiones al uso.

Desde este planteamiento, creemos que la solidaridad –tal y como ha sido abordada en esta tesis- nos exige la reflexión en torno a asuntos de orden ético y filosófico como los que enunciamos a través de las preguntas siguientes: ¿cómo repensar qué puede ser la comunidad humana? Y, fundamentalmente desde los intereses que nos ocupan, ¿qué presupuestos deberían movilizarse en su representación?

Esposito (2007) ha mostrado, en su rastreo genealógico y etimológico de la noción de comunidad (*comunitas*), que el significado de ésta es radicalmente otro del que tradicionalmente se ha venido trabajando; frente a la idea de pertenencia, según el autor, lo común es precisamente lo que no es propio, lo que no es apropiable por parte de cada uno, sino que es de todos o al menos de muchos. Esto significa que la *comunitas* no se relaciona en primer lugar con lo mismo sino con lo otro, que la diferencia está en el punto de partida de la comunidad y que sus elementos claves son la alteridad, la sustracción y el extrañamiento.

No sólo eso, el término *comunitas* está ligado al concepto de *munus* que, como mostró Benveniste (1983), a su vez traducimos con el concepto de don. El *munus* marca el deber frente al don, la condición de estar en deuda, la obligación que se ha contraído con el otro. Podría pensarse que la solidaridad actual reedita esta experiencia del don, porque los discursos de las ONGD se articulan sobre un presupuesto que apuntaría a la existencia de una “deuda moral” que los sujetos privilegiados tienen con respecto a los desafortunados, es decir, se basarían en los discursos del deber antes que los del derecho de los afectados (Simmel, 1986). Sin embargo, desde nuestro punto de vista, la cuestión del don y de la deuda es mucho más radical y profunda de lo que la formación discursiva de la solidaridad desarrolla y, más aún, argumentaremos que, de hecho, en sus posiciones hegemónicas la solidaridad niega esta lógica del don a favor de una lógica inmunitaria.

La clave está en que el deber que guía la solidaridad contemporánea no deriva de la relación intersubjetiva sino que alude, casi en exclusiva, a la subjetividad del ciudadano solidario, a su

correcta moralidad y su adecuada afectividad. Por el contrario, lo que predomina en el don es la reciprocidad, la mutualidad del dar que determina el compromiso común. Es decir, donante y donatario ocupan alternativamente estas posiciones, sintiéndose cada uno a la par agradecido y en deuda. “¿Qué *agradece* el agradecido, sino el hecho de *deber* en alto grado algo de lo que ha sido beneficiario, y de lo que es llamado a rendir cuentas de una manera que lo pone *a disposición*, o más drásticamente *a merced* de otro?” (Esposito, 2007:28).

Cuando nos vinculamos por un deber de don recíproco, nuestro punto de partida sería el “te debo algo” porque he recibido algo “donado por” otro. Estamos obligados a ponernos a merced de otro, a descentrarnos para crear comunidad en un espacio que a ninguno nos pertenece. Y eso significa que, en el espacio de encuentro, la disposición amorosa de la compasión se acompaña del riesgo, de la amenaza que representan los extraños, como muestra la raíz común de *hospes* y *hostis*, huésped y enemigo (Esposito, 2007, Benveniste, 1983). Sólo en una comunidad -ya no entendida como pertenencia- se pueden compaginar ambas.

Por ello, para formar parte de la comunidad, el sujeto habría de estar vacío, o al menos, no lleno de sí, lo cual implica asumir riesgos, vértigos y renunciar a la confortable estabilidad que nos ofrece la identidad narcisista y el espacio de lo familiar que se refuerza a través de la mediación experta. También supone renunciar a mantener a los otros a distancia, como sucede, por ejemplo, con el régimen de rostricidad, los dispositivos de mirada disciplinaria, los mecanismos tópicos, así como con lo que categorizamos como instancias de sujeto interpasivo.

Sólo hay espacio para un encuentro ético con los otros -como el que debería reclamar la solidaridad- si nos arriesgamos, por una parte, a entrar en contacto, a contagiarnos y, por otra, a sentirnos en deuda. Sentirse en deuda supone, además, sentir la propia vulnerabilidad, tener la experiencia del límite en cuanto dependencia consustancial del otro a la hora de ser quienes somos en el mundo, dado que no podemos ser sino es siendo con otros, en lo que Nancy denomina un “ser singular plural” (Nancy, 2006). La dignidad es, entonces, un acontecimiento intersubjetivo y la pregunta no es ¿quién soy?, ¿qué puedo hacer?, sino, ¿quién eres?, ¿quién soy contigo?, ¿qué podemos hacer? Butler lo explica de la siguiente forma: “Cuando tropezamos con los límites de cualquier horizonte epistemológico y comprendemos que la cuestión no es, simplemente, si yo puedo *conocerte* o *te conoceré* alguna vez, o si puedo ser *conocida*, nos vemos en la necesidad de entender también que ‘tú’ llenas los requisitos del plan de lo humano dentro del cual actúo, y que ningún ‘yo’ puede comenzar a contar su

historia sin preguntar: ¿Quién eres?, ¿quién me habla?, ¿a quién hablo cuando te hablo?. Si esto establece una prioridad de la retórica sobre la ética, quizás esté bien que así sea” (Butler, 2009:181)

Lo que hemos aprendido en esta indagación es que la propuesta ética de la solidaridad -hoy hegemónica- es, en un grado elevado, ajena a esta lógica del don y se acomoda, en su lugar, a la lógica inmunitaria (Esposito, 2005); esto significa que bloquea el contacto con los otros, interrumpe el circuito de donación recíproca y el sujeto se esconde para disfrutar de la propia subjetividad. Cuando el sujeto solidario adopta la figura del inmune no se siente en deuda con los otros, no está vinculado por un deber en términos radicales ya que la delegación moral experta le ha liberado de él y le ha permitido compaginarlo –lejos del sacrificio- con el placer del consumo, con la autosatisfacción, con la sensación de completud que disfruta como sujeto competente. La solidaridad experta nos exonera de la deuda porque nos libera del compromiso moral, radicalmente singular, que cada sujeto debería asumir para vivir con otros en el espacio de la comunidad humana y nos sitúa en el entorno confortable de lo familiar y lo previsto, sin riesgos ni amenazas. El inmune, según Esposito (2005), no sólo queda exonerado de su deber de don, sino que ocupa una posición de privilegio con respecto al resto de la comunidad; posición de privilegio que coincide con el mantenimiento de la estructura de una “sociedad pedagogizada” (Rancière, 2002) construida sobre la arquitectura enunciativa asimétrica propia de la formación discursiva. Es decir, en la otra cara de la moneda, el solidario inmune no permite que el otro le dé nada, no se siente donatario.

Pero la inmunidad, recuerda Esposito, no puede ser la lógica del orden, tiene que estar construida como una excepción. Esto indica que debemos interpretar la *communitas* y la *inmunitas* como un eje en tensión, no como realidades contrapuestas y enfrentadas que se sustituyen una a la otra. De la misma forma que nunca nos inmunizamos por completo, sino que para que la inmunización sea eficaz se debe inocular una dosis soportable, en el espacio social -para que la *comunitas* sea una práctica- no sería necesario, desde nuestro punto de vista, el sacrificio máximo. En otras palabras, la *comunitas* como principio nos obliga a dar algo que nos es propio y en último término, como plantea Levinas (1977), nos obliga a darnos a nosotros mismos. Sin embargo, hemos argumentado en esta tesis que la acción política y social no se mantiene en exclusiva en un estado agápico, sino que éste debe vincularse y desarrollarse en tensión con la justicia, lo cual implica la incorporación de límites y equivalencias que podemos relacionar con el orden de lo inmune.

Siguiendo con lo anterior, podemos interpretar la solidaridad también en términos de lo inmunitario como una vacuna, una coordinada espacio-temporal que nos ofrece en una dosis soportable el grado adecuado de transgresión y “alternatividad” que los sistemas de orden son capaces de tolerar; es decir, consentir la hegemonía de la formación discursiva de la solidaridad puede ser una forma de mantener a la comunidad del nosotros a salvo de los riesgos que supondría escuchar a los otros en pie de igualdad y concebir –al ellos y al nosotros- como comunidad política articulada en torno a antagonismos y con el derecho a ejercer, performativamente, agenciamientos políticos colectivos aún por imaginar.

El problema no es que exista una dimensión inmunitaria sino su extensión, como alerta Esposito (2005), porque cuando ésta es desmesurada, explota o implosiona impidiendo el contacto. Ampliando este punto de vista, tal y como hemos defendido a lo largo de la tesis, la propia formación discursiva –pese a su lógica inmunitaria- puede contener el germen de la contaminación, o sea, consentir que haya espacio para modificar los márgenes, reinterpretar lo solidario en otros sentidos y abrir líneas de fuga (Deleuze y Guattari, 2000) en un mundo que se experimenta como articulación de diferencias, pese a que ciertos discursos hegemónicos –sobre todo mediatizados- incidan en lo contrario.

Ahondando en esta lógica inmunitaria defendemos que la formación discursiva solidaria activa un modelo de conciencia de responsabilidad ritualizado a la manera de una inversión carnavalesca del orden social imperante; es decir, el compromiso moral puesto en escena -a través del cual nos vinculamos con el mundo ‘posible’ dibujado por la formación- constituye una inversión estrictamente controlada. La solidaridad se ha legitimado como una nueva cultura “alternativa” concebida como opuesta a una cultura oficial. Los eventos solidarios se muestran deliberadamente como no oficiales, exteriores a las instituciones tradicionales y, componiendo una especie de dualidad del mundo, reclaman ser distintos al modelo social imperante en cuanto a los valores implicados. En este contexto, la experiencia cultural solidaria promueve un modelo de responsabilidad estabilizado que se reclama ‘alternativo’ en relación a otros mundos posibles con los que dialoga, pero lo que descubrimos es que estamos ante una inversión del orden construida sobre el propio orden existente que, en su supuesta transgresión, lo confirma.

Esto es posible porque se produce una conversión del ritual en espectáculo (Handelman, 1997). De ahí que disfrutemos, como sujetos solidarios, de una cómoda participación a través de las figuras familiares del espectador, el consumidor y el turista. Desde este punto de vista, es posible comprender por qué resulta fácil apropiarse de una experiencia supuestamente

transgresora y disfrutarla como una experiencia uniforme, repetida, que participa de un entramado institucional burocrático y formalizado.

Bauman crítica este sentido carnavalesco –y espasmódico- de la solidaridad afirmando que “existe una tendencia acusada en la parte próspera del mundo a relegar la caridad, la compasión y los sentimientos fraternales (los cuales, según Levinas, están en la base de nuestro deseo de justicia) a los eventos carnavalescos –reafirmando así, legitimando y ‘normalizando’, su ausencia en lo cotidiano. Los impulsos morales que la visión de la miseria humana despierta se encauzan de manera segura hacia estallidos esporádicos de la caridad en forma de Concierto de Ayuda en Vivo, Comedia Benéfica o colecta de dinero en beneficio de la última oleada de refugiados. La justicia se convierte en un evento festivo, vacacional; esto ayuda a apaciguar la conciencia moral y a ser indulgente con la ausencia de justicia en los días laborales. La falta de justicia se hace norma y rutina cotidiana” (Bauman, 1997).

¿Qué fuerza performativa tienen los actos éticos que siguen este modelo? ¿Qué distancia existe entre el acto ético responsable y su inversión carnavalesca? ¿Puede elaborarse desde ahí un sentido de deuda? ¿Puede reconstruirse la lógica del don?

Bajtin (1999) ha destacado el alto potencial subversivo que tiene el carnaval tradicional –como ritual social-, puesto que aunque las inversiones carnavalescas fuesen sólo de carácter temporal constituían un rito de fuerza transformadora; sin embargo, esta potencia transgresora se fue perdiendo en las sociedades contemporáneas a favor de fórmulas mucho más ‘edulcoradas’, a las que responden, entre otras, los eventos solidarios, incluidas sus representaciones mediáticas. Esto ha sucedido porque las inversiones carnavalescas, entendidas en un sentido profundo como transformaciones del orden, han dejado de ser un rito para ser un espectáculo, y mientras el ritual transforma y transgrede en el tiempo de lo excepcional, la lógica del espectáculo taxonomiza y exhibe en la temporalidad de lo mercantilizado. Estableciendo una suerte de paralelismo, el rito nos conecta con la experiencia de la *comunitas* y el espectáculo, por su parte, lo hace con la experiencia de la *inmunitas*.

El carnaval posee carácter universal en cuanto estado peculiar del mundo, es una forma concreta de vida que se desarrolla de acuerdo a sus propias leyes, una experiencia vital compartida en la que se articula un universo incompleto en el que todos pueden participar dejando en suspenso la estructura del orden social imperante, disolviendo las distancias entre actores y espectadores, porque “los espectadores no asisten al carnaval, sino que lo viven” (Bajtin, 1999:13). Esta “condición vital” no niega una dimensión estética del carnaval, pero no hay lugar en él para la representación –en sentido teatral-, en cuanto no hay escenario, ni

materializado ni simbólico, sino espacio común. “En suma, durante el carnaval es la vida misma la que interpreta, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Esta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia” (Bajtin: 1999:14). Y en él reside su potencial performativo, es decir, su capacidad de producir de manera efectiva una transformación (siquiera sea fugaz).

En el carnaval, la fiesta conecta a los sujetos con los objetivos superiores de la existencia humana, con la utopía y los valores de universalidad, libertad, igualdad y abundancia, como sucede también en los discursos solidarios. El carnaval es la temporalidad de los iguales, de los que aceptan un contacto pese a la jerarquía de una desigualdad conocida. “En consecuencia, esta eliminación provisional, a la vez ideal y efectiva de las relaciones jerárquicas entre los individuos, creaba en la plaza pública un tipo particular de comunicación inconcebible en situaciones normales” (Bajtin, 1999:16). Pero la solidaridad actual funciona perfectamente en la normalidad y su palabra pública no se desprende del modelo jerarquizado de la sociedad pedagogizada que mantiene sus jerarquías y refuerza los silenciamientos. La máxima expresión de la solidaridad apunta a una supuesta comunión humana en la que conectan sólo ciertas interioridades; es, por tanto, un simulacro de *comunitas* -del que los otros están excluidos- y en el que la comunidad del “nosotros ciudadanos solidarios” se liga mediante un proceso de igualación democrática a través de los buenos sentimientos.

Bajtin sostiene que en el espacio del ritual compartido en el carnaval afloran sentimientos específicos, no hay espacio para la falsedad ni la hipocresía, tampoco para la discusión sobre la autenticidad o la sinceridad, dado que se apela a otro tipo de régimen afectivo que, desde nuestro punto de vista, huye de la moralización basada en los consensos. Se trataría de una estructura de sentimiento capaz de dar cuenta de los límites, las incertidumbres y hacerse cargo de las consecuencias imprevistas del quehacer ético.

Si la propuesta afectiva y estética de la solidaridad respondiera a los principios del carnaval podría considerarse alternativa; sin embargo, sus sentidos hegemónicos están movilizados mediante la creación de escenarios y el establecimiento de fronteras y distancias, fruto del modelo de mediación experta que desarrolla. Lo que queremos decir es que parte de la experiencia solidaria se agota en el hecho de su representación y no parece promover una transformación como la que exigiría un compromiso moral asumido desde una conciencia de responsabilidad singular, plenamente incardinada en la condición vital de los sujetos.

El límite de la transgresión en la solidaridad es la ausencia de reciprocidad, la expulsión del otro a favor de un encuentro narcisista; no constituye una experiencia que puedan sentir

todos, que sea compartida por la comunidad en el sentido profundo que esta idea presupone. La solidaridad tendría que apuntar hacia la lógica del don, lo que significa que los sujetos solidarios deberían sentirse carentes, en falta, vulnerables, esperando a ser completados por los otros.

Estar encorsetados en sentidos hegemónicos que banalizan el presupuesto del don y de la deuda restringe nuestros espacios de reflexión y acción ética. Para ampliar la condición vital hay que salirse de sí, modificar la estructura de sentimientos y arriesgar en los ejercicios de moral práctica e imaginación política.

En el espacio público, la experiencia cultural solidaria se produce como un evento cultural ritualizado, construido como un acto de consumo que difícilmente propone una recuperación cívica y social de los espacios públicos y rara vez consigue que las personas se hablen entre sí - sino más bien que miren a un centro que irradia la versión solidaria de moda. Por el contrario, en el carnaval –como estado peculiar del mundo- se buscaban “las condiciones y formas que hicieran posibles y justificaran *una libertad y una franqueza máxima del pensamiento y de la palabra*. Al mismo tiempo, el *derecho exterior* (tolerado por la censura) *e interior* de libertad y franqueza no estaban separados uno del otro” (Bajtín, 1999:244). No obstante, la franqueza no precisaba de una definición psicológica, “se trataba de una franqueza perfectamente objetiva, proclamada en alta voz delante del pueblo reunido en la plaza pública, que concernía a cada uno y a toda cosa” (Bajtín, 1999:244). El pensamiento y la palabra buscaban que se mostrara la cara o la faceta de ellos que no era coincidente con la concepción dominante, se trataba de “descubrir las antípodas” y para eso “se esforzaban” en mirar más allá. Sigue Bajtín, “a menudo, palabras y pensamientos se retorció adrede para ver qué había realmente detrás de ellos, qué había en el revés. Buscaban la posición a partir de la cual pudiesen ver otra ribera de las formas de pensamiento y de los juicios dominantes, a partir de la cual pudiesen lanzar nuevas miradas sobre el mundo” (Bajtín, 1999:244).

Nos gustaría apuntar brevemente cuáles podrían ser algunas de las claves que nos permitiesen “retorcer” la solidaridad. Entre ellas nos interesan las que afectan a la concepción del sujeto moral como relacional, al espacio enunciativo en el que se inserta dicho sujeto, a la transformación de la estructura de sentimiento implicada en la lógica del don, así como al lugar de la solidaridad en la tensión entre el ágape y al justicia.

Establecer una disposición ética presupone la existencia de un sujeto moral, el cual nos interesa no como núcleo sino como relación, como una estructura moral que debe enfrentarse en cada momento a “lo que es ‘debido’”. “El deber ser es una peculiar categoría del proceder



en cuanto acto (todo incluso el pensamiento y el sentimiento, representa un acto), es una orientación de la conciencia cuya estructura hemos de poner de manifiesto fenomenológicamente. No existen normas morales determinadas válidas por sí mismas, sino que existe un sujeto moral con determinada estructura (que no es, desde luego, psicológica, ni física), con el cual hemos de contar: es este sujeto quien ha de saber qué cosa y cuándo resulta moralmente necesaria, o más exactamente qué es en general lo debido (porque no existe un deber ser específicamente moral)” (Bajtín, 1997:12).

En este contexto, los principios éticos –como los articulados en torno a la solidaridad– presuponen un modo de articulación de valores, no un núcleo que condiciona su creación. Por eso, es imprescindible atender al espacio de mediación en el que se produce dicha articulación y comprender que las libertades, fundamento del hacer ético, pretenden, en nuestro ámbito, objetivarse y compartirse a partir de un proyecto de intimidad – autoreferencial narcisista– basado en la individualización extrema desarrollada por las fuerzas de la historia y el mercado. Sólo existe acto responsable definiendo la función de cada participante desde mi participación intrínseca. No creemos, por ello, que la clave, como apuntamos más arriba, esté en el auto-sacrificio, en la entrega total, en la idea de empatía sin condiciones, dado que “la empatía pura es imposible en general, porque si yo realmente lograra perderme a mí mismo en el otro (y en el lugar de dos participantes quedara uno solo, lo cual llevaría a un empobrecimiento de la existencia), es decir, si yo dejara de ser singular, entonces este momento de mi no-existencia jamás habría podido llegar a convertirse en el momento de la existencia consciente” (Bajtín, 1997:24).

Mantener la posición en el encuentro con los otros no significa que no haya cabida para la empatía, sino que hay que entender ésta como un proceso de transformación y no como un origen o como un destino previsto, de esta forma nos alejamos de su deriva fascista, señalada por Benjamin: “¿Será la empatía (*Einfühlung*) en valor de cambio lo que hace a la gente capaz de *erlebnis* total (del fascismo)?” (en Buck-Morss, 2001:339). Así, “mediante la empatía se lleva a cabo algo que no existía ni en el objeto de la empatía, ni en mí antes del acto de la empatía, y este algo una vez realizado enriquece el acontecimiento del ser, que no permanece idéntico a sí mismo” (Bajtín, 1997:23). Creemos que, de igual manera, cabría interpretar la solidaridad como algo que no es previo al encuentro con los otros con los que me solidarizo y con los que, en cambio, habría de establecer la reciprocidad del don; por eso, la ética de la compasión en el espacio público tiene límites y condiciones.

Esto supone, además, que como sujeto moral relacional habría de hacer el esfuerzo de estar en comunidad, de desprenderme y descentrarme para escuchar y tratar de comprender lo que los otros tienen que decir, o más lejos, lo que de los otros tengo en mí o la parte de mí que depende de los otros. “Comprender un objeto quiere decir comprender mi deber ser respecto de él (mi orientación obligatoria), comprenderlo en su relación a mí dentro del acontecimiento singular de ser, lo cual no presupone el abstraerme de mí mismo, sino una participación mía responsable”(Bajtin, 1997:26).

¿Qué significa esto en términos discursivos? ¿Cómo desarrollar, en términos bajtinianos, “toda la plenitud de la palabra”? Y además, ¿como compaginar una voz enunciativa consciente del lugar que ocupa en el mundo, que no se pretenda universal y que, al mismo tiempo, responda de un impulso ético que camine hacia la búsqueda de un lugar de encuentro con los otros que le supera y le pone en camino hacia la integración en la humanidad?

El acto ético, como planteamos en los capítulos teóricos, es un acto intrínsecamente ligado al tono emocional y volitivo que lo activa, porque sólo a través de las emociones y los deseos puedo vivir activamente la existencia de la cual participo. Esto nos conduce a la indagación de un lugar enunciativo caracterizado por el esfuerzo ético, es decir, “el esfuerzo por contar eso que uno siente inconmensurable pero que profundamente acaece” (Sanchez-Leyva, 2007). Hay que atender en la representación al límite, dar presencia a lo paradójico, a lo que genera incertidumbre, a lo que no está completo, a lo que tan sólo asoma.

No es fácil saber cómo podría hacerse, menos aún en el espacio de las producciones mediáticas, incluso tal vez haya que plantearse formatos diferentes, otros espacios de comunicación, nuevos códigos y, sobre todo, formas de entonación que incluyan este decir esforzado. “En esta labor es preciso elaborar nuevas-otras maneras de expresarnos mediante representaciones que indaguen en lo político como proyecto y no como límite. Partir de la certeza de que tras las soluciones apacibles, los consensos, los lugares donde todo es coherente y ordenado, habitan conflictos a veces indecibles porque se inhabilitan las maneras del decir, conduce a proponer el *esfuerzo por decir* como una responsabilidad y horizonte estético” (Sanchez Leyva, 2007).

Nos referimos a una propuesta ética con *contenido*, es decir, una ética de conceptos densos (descriptivos y valorativos), consciente “precisamente de esa imperfecta pero infinitamente perfectible capacidad nuestra de reconocer las exigencias que nos imponen diversos valores.” (Putnam: 2004:157). El reto consiste en reconocer el *falibilismo* ético, porque no se trata de que la palabra ética sea inefable, sino quizá de que “no puede ser articulada claramente”

(Bajtin, 1997:39). Esta palabra precisa, entonces, de cierto espesor para dar cuenta de la dificultad, lo complejo y lo inacabado. Este lugar enunciativo supone asumir el riesgo de errar al intentar explicar, de buscar en la argumentación densa una respuesta a los desafíos éticos actuales.

Y en ese camino, la disposición amorosa resulta imprescindible porque “solo la atención amorosamente interesada es capaz de desarrollar una fuerza suficiente para abarcar y retener la multiplicidad concreta del ser sin empobrecerlo ni esquematizarlo. Una reacción indiferente u hostil es siempre una reacción empobrecedora y desintegradora del objeto y significa dejar de lado el objeto en toda su multiplicidad, subestimarle o superarlo” (Bajtin, 1997:70).

Cuando la representación da cuenta de la multiplicidad, de la heterogeneidad, de aquello que no alcanza a comprender, incluso a imaginar con contornos precisos, entonces en estas representaciones tal vez sería posible sentir el compromiso, que no es igual que sentir en un modo previsto por el saber experto para mí. Sentirse en ese lugar comprometido significa asumir riesgos de transformación y cuestionamiento, afrontar la duda vital (Peirce) en busca del hábito reparador, que no sería aquél de la comodidad y familiaridad sino el hábito que al apuntar hacia el ágape se encuentra con la palabra justa.

Sin una intervención en las políticas de representación en el espacio público político no se darán las situaciones para una profundización de la vida democrática y las relaciones éticas entre las personas. Para ello hay que indagar sobre cuáles son las “necesidades vitales” (Adrianne Rich, 2002) de cada uno de nosotros y del mundo como conjunto, hay que poder mencionarlas a través de la representación, darles forma, reconocer nuestros intereses y motivaciones, discutir sobre ellos, argumentar por qué unos deberían privilegiarse por encima de otros, comparar nuestras situaciones, conectarlas, atender a las capacidades que pueden potenciarse o denunciar qué lo está impidiendo. “La valoración moral depende del conocimiento de intereses, y tendrá éxito de acuerdo con lo adecuado de tal conocimiento. Sin algún conocimiento de las estructuras que generaron una situación es imposible actuar de manera responsable, dado que la capacidad de actuar y los intereses a los que esa acción servirá dependerán de esas estructuras. Nuevamente advertimos que hecho y valor no pueden separarse; más aún, el intento de hacerlo inmediatamente reduce la capacidad para actuar de manera moralmente responsable y políticamente efectiva. Por tanto, el intento de reemplazar la política con una ética autónoma socava la capacidad misma para una genuina actividad ética” (Brandist, 2000).

Hemos propuesto más arriba que una manera de llevar esto a cabo sería rastreando otros modos y estructuras de sentimientos, por ejemplo, incorporando al espacio socio-afectivo de la solidaridad el paradigma de la vergüenza.

Tras el análisis realizado, nos hemos dado cuenta de que la vergüenza es una emoción que se encuentra prácticamente ausente en la formación discursiva de la solidaridad. En general, en los discursos se opta por movilizar el sentido de culpa- culpabilización- como eje de enjuiciamiento de la identidad (Giddens, 2000) antes que la vergüenza, a lo que añadimos vías de conexión con la conciencia de responsabilidad.

El recorrido de la culpa en la formación discursiva, en términos simplificados, remite a una adecuación o transgresión de la norma social imperante. Giddens la define como “una angustia provocada por el miedo a la trasgresión cuando los pensamientos o actividades de las personas no están a la altura de las expectativas de carácter normativo” (Giddens, 2000: 87). En primer lugar, esto relaciona la culpa con la solidaridad como instancia disciplinaria, pero en segundo lugar, como nos ha mostrado el análisis, el aumento de las conexiones, las distancias y la complejidad de las relaciones sociales permite a los sujetos “liberarse” del sentimiento de culpa al difuminarse su responsabilidad con respecto a las desigualdades e injusticias mostradas en los discursos. Por ejemplo, alguien se siente culpable de no ser lo suficientemente solidario, culpable de una acción u omisión que pertenece al ámbito de su capacidad de acción/decisión, pero hay que tener en cuenta que se relaciona con este ámbito como un referente pre-establecido como una norma compartida que le viene dada. Esto implica que dicho sentimiento de culpabilidad, *a priori*, no amplía los límites de la formación discursiva que le sirve como referente de enjuiciamiento; por otro lado, la culpabilización, tal y como queda movilizada en los sentidos hegemónicos, responde a un modelo de responsabilidad flotante, inconcreto y abstracto.

Frente a este modelo, la vergüenza remite a la inadecuación del yo a sus ideales, es decir, apunta la potencialidad del yo no sólo a la norma imperante; es una “angustia referida a la adecuación de la crónica por la que el individuo mantiene una biografía coherente” (Giddens, 2000:88). La vergüenza genera un sentimiento de incomodidad, por una parte, y de debilidad y deficiencia, por otra. Por ambos sentidos, consideramos que éste puede ser un reducto para la reactivación de la lógica del don.

Afirma Giddens, en el contraste entre la culpa y la vergüenza, que la culpa es, principalmente, un fenómeno negativo relacionado con la acción y las normas y que, por tanto, puede resolverse mediante el juicio y la corrección, lo cual permite superarla y situarse en la rectitud

moral; mientras que la vergüenza es una instancia más compleja, ya que posee un polo positivo a través del cual conecta con el orgullo. En este caso, vergüenza y orgullo son emociones más ligadas al vínculo social y las relaciones de confianza que al cumplimiento de las normas.

Los sujetos sienten vergüenza, habitualmente, cuando no alcanzan los ideales, cuando su biografía deja de ser coherente, falla la integridad, se pierde la cara (Goffman, 2004), es decir, cuando el sujeto se ve en la obligación de afrontar su fragilidad, carencia o deficiencia. “El orgullo, fundado en el vínculo social, es continuamente vulnerable a las reacciones de los demás y la experiencia de la vergüenza suele centrarse en ese aspecto ‘visible’ del yo que es el cuerpo”. Afirma Giddens que la vergüenza nace de verse desnudo ante las miradas del observador distante (Giddens, 2000:89).

Quizá, este ideal del yo intersubjetivo que se enfrenta a la mirada de otros sujetos a los que respeta y reconoce como interlocutores sea el lugar en el que ubicar tanto la dignidad como el impulso moral, un espacio que somos capaces de imaginar aunque no de describir. Un ideal, como espacio enunciativo, en el que “el otro se mantiene y se confirma en su heterogeneidad tan pronto como se lo interpela y aunque sea sólo para decirle que no se le puede hablar, para ficharlo como enfermo, para anunciarle su condena a muerte; al mismo tiempo que apresado, herido, violentado, es ‘respetado’” (Levinas, 1977:92). Un ideal en el que la dignidad acompaña inexorablemente a la vergüenza de sabernos imperfectos, vulnerables y compartiendo una condición precaria (Butler, 2006), lo que de entrada no impone un límite a la construcción ideal de la potencialidad del yo.

Hemos dicho que cuando hablamos de la culpa y la transgresión lo hacemos también de las normas que dictan un conjunto de criterios a través de los cuales podemos aplicar la racionalidad a nuestras acciones y decisiones y enjuiciarlas. Seremos así capaces de medir y cuantificar si hemos hecho o no lo suficiente, calcular qué podemos o no hacer y, sobre todo, qué resulta razonable. A este marco general se une el hecho de que la mediación interpone otros elementos enjuiciables que hablan de nuestro grado de responsabilidad, que como decimos, habitualmente está diluido -cuando no eludido.

Sin embargo, cuando están en juego decisiones del ámbito moral, esta cuantificación desdibuja, en opinión de Bauman (1998), la naturaleza moral de los problemas a los que las personas nos enfrentamos. Podemos llegar a tener una clara conciencia de lo que podemos o no hacer en términos efectivos -que, por otra parte, también está categorizado por los mundos posibles en funcionamiento-, pero saber que no se puede hacer nada más, al menos

sin graves costes -incluso la muerte en momentos históricos como un genocidio-, “no significa que puedan ponerse a dormir los escrúpulos morales. Ni tampoco que sea infundada la sensación de vergüenza de una persona (aunque se pueda demostrar fácilmente su irracionalidad en términos de la propia conversación). Para esta sensación de vergüenza (condición indispensable de la victoria sobre el veneno lento, el pernicioso legado del Holocausto) carecen de toda importancia los cálculos más escrupulosos e históricamente exactos del número de los que ‘pudieron’ y de los que ‘no pudieron’ ayudar o de los que ‘pudieron’ y ‘no pudieron’ ser ayudados” (Bauman, 1998:279).

El problema moral no reside en la cuantificación, “en el cálculo de las posibilidades objetivas y de los costos”. La cuestión no es si uno debe sentirse avergonzado u orgulloso de uno mismo, sino que “la cuestión es que solamente esa *sensación liberadora de la vergüenza* puede ayudar a recobrar el significado moral de la pavorosa experiencia histórica”. Bauman no nos propone escoger entre vergüenza y orgullo, que son dos aspectos en tensión dentro de un mismo eje, “la elección es entre el orgullo de una vergüenza moralmente purificadora y la vergüenza de un orgullo moralmente arrollador” (Bauman, 1998:280).

En el marco de una norma moral construida en consonancia a la formación discursiva de la solidaridad, las personas pueden desembarazarse con relativa facilidad de un sentimiento de culpa, incluso sentir autosatisfacción. Sin embargo, mucho más complicado es afrontar la vergüenza, la inadecuación al ideal del yo -porque en una sociedad moderna reflexiva sabemos que pese a que parezca ‘irracional’- siempre se puede hacer más. Es este reducto en el que podemos confiar, el que nos habla de la incomodidad de estar en el mundo, de enfrentarnos a la cara de los otros, de mirar por fin un rostro que nos devuelve la mirada y bajar los ojos. La vergüenza, más que una compasión autocomplaciente, puede ser una fuente del compromiso moral, por ella tal vez nos sentiremos interpelados, abriremos espacio a la mirada y a la voz de los otros. Nadie es culpable por no estar a la altura de lo que exige un desafío; “sin embargo, tampoco se puede excusar a nadie de su propia autodesaprobación por rendirse”. “Y solamente cuando uno se siente avergonzado por su propia debilidad puede finalmente demoler la prisión mental que perdura una vez desaparecidos aquellos que la construyeron y la custodiaron” (Bauman, 1998:281).

La vergüenza ante lo que podemos llegar a dar por estar en deuda proclama que una libertad afirmativa de los sujetos, radical y socialmente construida, aún está en proceso, que no se trata de ser sino de estar siendo.

Y en este proceso, dirá Butler, tanto los derechos como la dignidad se deben ejercer performativamente incluso cuando no hayan sido aún concedidos y/o institucionalizados, cuando el orden social y moral mantiene a los sujetos como *homo sacer*. Por eso, la comunidad humana es una instancia pre-legal, un derecho y un ejercicio político. La humanidad requiere libertad y “no hay libertad si no es en su ejercicio; la libertad (añadiríamos también la dignidad) no es una potencia que espera a ser ejercitada. Surge a través del ejercicio” (Butler, 2009).

La dignidad es “una cualidad más potencial que real (...) Ni fija ni dada de una vez por todas, la dignidad siempre está delante de uno, es algo propuesto en el futuro para su conquista ampliable, inacabable”, es una meta no sólo deseable, sino *posible* (Arteta, 1996:269). La dignidad es un proyecto intersubjetivo que moviliza la compasión, pero en la que no sólo los ultrajados serán compadecidos sino también aquellos responsables de la ofensa, incluso los satisfechos y los apáticos ante los sufrientes, porque “a fin de cuentas, también ellos se privan de su propia dignidad cuando recortan o tratan de aplastar la ajena.” (Arteta, 1996:269)

Desde estos presupuestos que nos conciben como sujetos mutuamente dependientes, afectados por la vergüenza de sabernos en deuda con los otros y políticamente activos, es como podremos establecer, desde nuestra perspectiva, el punto de partida para producir - desde el esfuerzo ético- discursos que movilicen el ‘abrazo social’: un espacio de intimidad, no narcisista, en el que nos sabemos uno cualquiera formando parte de una humanidad más amplia (Red11M, 2008).

A la conciencia de responsabilidad singular se le añade así la difícil tarea del ser anónimo junto a otros, en un espacio social en el que han de convivir en tensión el ágape y la justicia. Es preciso combinar una lógica de equivalencias propia de la justicia con la idea de reconocimiento, solidaridad y mutuo endeudamiento, porque en estas últimas se encuentra “un punto de equilibrio inestable en el horizonte de la dialéctica entre el amor y la justicia” (Ricoeur, 1990: 26), desde donde es posible “inventar comportamientos responsables”.

Los discursos que anhelamos para la solidaridad son los que nos interpelan desde esa tensión, las palabras que nos movilizan implicándonos en el tono emocional y volitivo de estar y participar del mundo, aquellas que activan nuestra imaginación, orientan nuestro pensamiento y construyen experiencia. Las palabras plenas —esforzadas, descentradas, arriesgadas y amorosas— tienen una función fundamental en la constitución de la conciencia responsable de cada uno de nosotros. “¿No sería la función de este tipo de discursos, después de habernos desorientado completamente, hacernos tomar el camino de una ética concreta mucho más móvil, mucho más atenta a los puntos de ruptura? ¿Y no constituye primero una llamada a la



imaginación –una palabra que no había aparecido hasta ahora- para explorar en el orden ético el espacio de lo inédito, de lo posible?” (Ricoeur, 1990:93).

9

# Anexos



# **Bibliografía**



ABRIL, G. "Maniobras de distracción (figuras de persuasión negativa)" en *Revista de Ciencias de la información*. nº7, Madrid, Universidad Complutense, 1993. Págs.71-77.

ABRIL, G. "Análisis semiótico del discurso" en DELGADO, JM. ; GUTIERREZ, J. (Comp) *Métodos y técnicas cualitativas de la investigación en las ciencias sociales*. Madrid, Síntesis, 1994.

ABRIL, G. *Teoría general de la información*. Madrid, Cátedra, 1997.

ABRIL, G. "Poscronotipos.Tiempos y espacios en la sociedad de la información" en *E-print*. UNED, 1998. [<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-informacion-y-comunicacion-audiovisual/colabde.htm>]

ABRIL, G. "Discurso publicitario, psicagogía y cultura barroca" en *La balsa de la Medusa*. nº53-54, Madrid, La balsa de la Medusa, 2000. Págs.135-155.

ABRIL, G. *Cortar y pegar*. Madrid, Cátedra, 2003a.

ABRIL, G. "El ladrón de hachas.Introducción a los aspectos cognitivos, afectivos y sociales de las sospechas." en ABRIL, G. *Presunciones II*. Valladolid, Junta de Castilla y León. Consejería de Educación y Cultura, 2003b.

ABRIL, G. *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Madrid, Síntesis, 2007.

ADAM, JM. ; BONHOMME, M. *La argumentación publicitaria*. Madrid, Cátedra, 2000.

AGAMBEN, G. "¿Qué es un campo?" en *Revista Sibila*. nº1, 1995.

AGAMBEN, G. *Homo Sacer*. Valencia, Pretextos, 2003.

AGUILA DEL, R. ; VALLESPÍN, F. ET AL. *La democracia en sus textos*. Madrid, Alianza, 2001.

AJAMIL, M. "Cooperación internacional, género y desarrollo" en *Revista Iberoamericana de Educación. Género y Educación*. nº6, OEI, 1994. [<http://www.campus-oei.org/oeivirt/rie06a04.htm>]

ALEXANDER, MJ. ; MOHANTY, CT. "Genealogías, legados y movimientos" en VVAA, *Las otras inapropiables*. Madrid, Traficantes de sueños, 2004.

ALONSO, LE. "La producción social de la necesidad" en *Economistas*. nº18, Madrid, Colegio de Economistas de Madrid, 1986. Págs.26.31.

ALONSO, E. ; JEREZ, A. "Hacia una politización del Tercer Sector" en JEREZ, A. (Coord) *¿Trabajo voluntario o participación?: Elementos para una sociología del Tercer Sector..* Madrid, Tecnos, 1997. Págs.209-255.

ALONSO, LE. *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid, Fundamentos, 1998.

ALONSO, L. *Pensando en África. Una excursión a los tópicos del continente*. Barcelona, Icaria, 2000.

ALTHUSSER, L. *Ideología y aparatos ideológicos de Estado, Freud y Lacan*. <http://www.philosophia.cl/>, Escuela de Filosofía ARCIS, 1995.

ALVARADO, MC. *La publicidad social: una modalidad emergente de comunicación*. Madrid, Universidad Complutense-Tesis doctorales, 2003.

ALVAREZ URÍA, F. "Capitalismo y subjetividad. La teoría política y social de Michel Foucault" en FOUCAULT, M. *Estrategias de poder, Obras esenciales. Vol II*. Barcelona, Paidós, 1999. Págs.85-107.

ANSCOMBRE, J CL. ; DUCROT, O. *La argumentación en la lengua*. Madrid, Gredos, 1994.

ANTOLIN, L. "Hacia la construcción de un nuevo paradigma" en LOPEZ, I. ; ALCALDE, A. (Coord) *Relaciones de Género y Desarrollo*. Madrid, Libros de la Catarata-IUDC, 1999.

APPADURAI, A. "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy" en *Theory, Culture & Society*. nº7, London, SAGE, 1990.

APPADURAI, A. *Modernity at large*. Minnesota, Minnesota University, 1998.

APPADURAI, A. "La globalización y la imaginación en la investigación" en *Revista Internacional de Ciencias Sociales*. nº60, OEI, 1999. [<http://www.unesco.org/issj/rics160/aPágsaduraispa.html>]

APPADURAI, A. "New logics of violence" en *Seminar 503*. New Delhi, 2001a. [<http://www.india-seminar.com/2001/503/503%20arjun%20apadurai.htm>]

APPADURAI, A. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2001b.

ARANGUREN, JL. *Reinventar la solidaridad: voluntariado y educación*. Madrid, PPC, 1998.

ARANGUREN, JL. "El yo, el sí mismo, el otro y El Otro (preliminar)" en *Revista de Occidente*. nº140, Madrid, 2003.

ARENDT, H. *Sobre la revolución*. Madrid, Revista de Occidente, 1967.

ARIÑO, A. (Ed) *Diccionario de la solidaridad (I)*. Valencia, Tirant lo Blanch, 2003.

ARTETA, A. *La compasión. Apología de una virtud bajo sospecha*. Barcelona, Paidós, 1996.

ARTETA, A. "La conciencia humanitaria" en MEDICOS SIN FRONTERAS, (Ed) *El laberinto humanitario*. Madrid, Acento, 1999. Págs.32-67.

AUSTIN, JL. *Palabras y acciones. Cómo hacer cosas con palabras..* Barcelona, Paidós, 1990.



AZUA, P. "Las ONG, ¿un tercer sector? Mito o realidad" en *Documentación social*. nº103, Madrid, Cáritas, 1996. Págs.281-290.

BAIGES, S. *ONGD*. Madrid, Plaza & Janes, 2002.

BAJTIN, M. *Estética de la creación verbal*. Mexico, Siglo XXI, 1982.

BAJTIN, M. *Problemas de la poética de Dostoievsky*. Mexico, FCE, 1986.

BAJTIN, M. *Teoría y estética de la novela*. Madrid, Taurus, 1989.

BAJTIN, M. *Hacia una filosofía del acto ético: de los borradores y otros*. Barcelona, Anthropos, 1997.

BALANDIER, G. *El poder en escenas*. Barcelona, Paidós, 1994.

BARKER, M. ; BEEZER, A. (Eds) *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona, Bosch, 1994.

BARRETT, M. ; PHILLIPS, A. (Comps) *Desestabilizar la teoría. Debates feministas contemporáneos*. Mexico, Paidós, 2002.

BARTHES, R. *Fragmentos de un discurso amoroso*. Madrid, Siglo XXI, 1993.

BARTHES, R. *El grado cero de escritura seguido de nuevos ensayos críticos*. Madrid, Siglo XXI, 1995.

BARTHES, R. *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós, 1997.

BARTHES, R. *Mitologías*. Madrid, Siglo XXI, 2000.

BATESON, G. "Una teoría del juego y de la fantasía" en *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires, Carlos Lohlé, 1972.

BAUDRILLARD, J. "Publicidad absoluta, publicidad cero" en *Revista de Occidente*. Vol.92 Madrid, 1989.

BAUMAN, Z. *La posmodernidad y sus descontentos*. Madrid, Akal, 1997.

BAUMAN, Z. *Modernidad y holocausto*. Madrid, Sequitur, 1998.

BAUMAN, Z. *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona, Gedisa, 2000.

BAUMAN, Z. *La società sotto assedio*. Roma, Editorial Laterza, 2003.

BAUMAN, Z. *La ética posmoderna*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2004.

BAUMAN, Z. *Modernidad y ambivalencia*. Barcelona, Anthropos, 2005.

BECK, U. "Vivir nuestra propia vida en un mundo desbocado: individuación, globalización y política" en GIDDENS, A. ; HUTTON, W. *En el límite: La vida en el capitalismo global*. Barcelona, Tusquets, 2001. Págs.233-267.

BECK, U. ; BECK-GERNSHEIM, E. *La individualización: el individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas..* Barcelona, Paidós, 2003.

BEJAR, H. "Autonomía y dependencia. La tensión de la intimidad" en *REIS*. Vol.37 Madrid, CIS, 1987. Págs.69-90.

BEJAR, H. *La cultura del yo*. Madrid, Alianza, 1993.

BEJAR, H. *El mal samaritano. El altruismo en tiempos de escepticismo*. Barcelona, Anagrama, 2001a.

BEJAR, H. "La organización de la espontaneidad" en *Documentación Social*. nº122, Madrid, Caritas, 2001b.

BEJAR, H. "Filantropía democrática y sentimientos morales" en *Isegoría*. nº25, Madrid, CSIC, 2001c. Págs.91-113.

BELLI, S. ; IÑIGUEZ-RUEDA, L. "El estudio social de las emociones" en *Psico*. Vol.39 nº2, Porto Alegre, PUCRS, 2008. Págs.139-151.

BENET, V.J. ; NOS ALDAS, E. *La publicidad del Tercer Sector*. Barcelona, Icaria, 2003.

BENJAMIN, W. "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" en *Discursos Interrumpidos*. Madrid, Taurus, 1982.

BENJAMIN, W. *Discursos Interrumpidos I*. Madrid, Taurus, 1984.

BENJAMIN, W. "El narrador" en *Iluminaciones IV*. Madrid, Taurus, 1991.

BENJAMIN, W. *Sobre algunos temas de Baudelaire*. [www.elaleph.com](http://www.elaleph.com), El Aleph, 1999.

BENJAMIN, W. *El libro de los pasajes*. Madrid, Akal, 2007.

BENTHALL, J. *Disasters, relieve and the media..* New York, I B Tauris, 1995.

BENVENISTE, E. *Vocabulario de las instituciones indoeuropeas*. Madrid, Taurus, 1983

BENVENISTE, E. *Problemas de lingüística general. Vol. II*. Mexico, Siglo XXI, 1999.

BENVENISTE, E. *Problemas de lingüística general. Vol. I*. Mexico, Siglo XXI, 2001.

BERARDI, F. "Frágil psicoesfera" en *Vinculo-a. (Políticas de la afectividad, estéticas del biopoder)*. Madrid, Centro Conde Duque, 2006. [[http://www.vinculo-a.net/texto\\_berardi.html](http://www.vinculo-a.net/texto_berardi.html)]

BERGER, J. *Modos de ver*. Barcelona, Gustavo Gili, 1975.

BERGER, P.L. ; LUCKMANN, T. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 1991.

BERIAIN, J. "El triunfo del tiempo (representaciones culturales de temporalidades sociales)" en *Política y Sociedad*. Vol.25 Madrid, Universidad Complutense, 1997. Págs.101-118.

BERISTÁIN, H. *Diccionario de retórica y poética*. Mexico, Porrúa, 1998.

BERTRAND, D. *Basi di semiotica letteraria*. Roma, Meltemi, 2002.

BHABHA, H. "El compromiso con la teoría" en *Acción Paralela*. nº4, 1989. [www.accpar.org]

BHABHA, H. "The other question: Stereotype, discrimination and the discourse of colonialism" en *The Location of Culture*. London, Routledge, 2002.

BHABHA, H. *The Location of Culture*. London, Routledge, 2002.

BHABHA, H. "Of mimicry and the man: The ambivalence of colonial discourse" en *The Location of Culture*. London, Routledge, 2002.

BOLTANSKI, L. *El amor y la justicia como competencias. Tres ensayos sobre la sociología de la acción*. Buenos Aires, Amorrortu, 1990.

BOLTANSKI, L. *Lo spettacolo del dolor*. Milano, affaello Cortina Editore, 2000.

BOLTANSKI, C. ; CHIAPELLO, E. *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid, Akal, 2002.

BOLTANSKI, L. ; THÉVENOT, L. *On justification: economies of worth*. New Jersey, Princeton University Press, 2006.

BOURDIEU, P. *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid, Cátedra, 1991.

BOURDIEU, P. *Cosas dichas*. Barcelona, Gedisa, 2000.

BRAH, A. "Identity, Difference, and Diasporic Time/Spaces" en TITLEY, G. (Ed) *Resituating Culture*. Strasbourg, Council of Europe Publication, 2004.

BRANDIST, C. "El marxismo y el nuevo giro ético" en *Herramientas*. Nº 14. Buenos Aires, Herramienta, 2000.

BREA, J.L. (Ed) *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid, Akal, 2005.

BRENAN, T. ; JAY, M. (Eds) *Vision in context. Historial and Contemporary perspectives on sight*. New York, Routledge, 1996.

BRENNER, J. "El feminismo transnacional y la lucha por la justicia global" en *Revista Viento Sur*. nºFebrero, 2004. [<http://www.rebelion.org/mujer/040213brenner.htm>]

- BRIDGE, *Mitos de Género*. 2004. [www.bridge.ids.ac.uk/Docs/En%20Breve-Mitos.doc]
- BROWN, G. ; YULE, G. *Análisis del discurso*. Madrid, Visor, 1993.
- BRUNER, J. *Actos de significado*. Madrid, Alianza. Psicología Minor, 1995.
- BRUNER, J. *Realidad mental y mundos posibles*. Barcelona, Gedisa, 1996.
- BUCK-MORSS, S. *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*. Madrid, La balsa de la Medusa, 2001.
- BUCK-MORSS, S. "Estudios visuales e imaginación global" en BREA, J.L. (Ed) *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid, Akal, 2005. Págs.145-160.
- BUCK-MORSS, S. "Estética y anestésica.Una revisión del ensayo de Benjamin sobre la obra de arte" en *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. nº25, Buenos Aires, Interzona, 2005. Págs.55-98.
- BUTLER, J. *Excitable Speech. A Politics of the Performative*. London, Routledge, 1997.
- BUTLER, J. "Soberanía y actos de habla performativos" en *Acción Paralela*. nº4, 1998. Págs.105-134.
- BUTLER, J. ; LACLAU, E. ; ZIZEK, S. *Contingencia, hegemony, universality. Contemporary dialogues on the left.*. New York, Verso, 2000.
- BUTLER, J. "Imitación e insubordinación de género" en *Revista de Occidente*. nº235, Madrid, 2000a. Págs.85-109.
- BUTLER, J. "Palabra contagiosa. Paranoia y "homosexualidad" en el ejército" en *Reverso*. nº1, 2000b. Págs.15-34.
- BUTLER, J. *El género en disputa*. Mexico, Paidós, 2001.
- BUTLER, J. *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Buenos Aires, Paidós, 2002.
- BUTLER, J. *Giving an Account of Oneself*. New York, Fordham University Press, 2005.
- BUTLER, J. *Vida precaria*. Barcelona, Paidós, 2006.
- BUTLER, J. *Dar cuenta de sí mismo. Violencia ética y responsabilidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 2009.
- CALLE COLLADO, A. *Ciudadanía y solidaridad*. Madrid, IEPALA, 2000.
- CALLEJO, J. "Articulación de perspectivas metodológicas: posibilidades del grupo de discusión en una sociedad reflexiva" en *Papers*. nº56, 1998.

CANALES, M. ; PEINADO, A. "Grupos de discusión" en DELGADO, JM. ; GUTIERREZ, J. (Comp) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*,. Madrid, Síntesis, 1994.

CARRASCO, A. "Adam Smith:liberalismo y razón práctica" en *Pensamiento: Revista de investigacion e información filosófica*. Vol.61 nº231, 2005. Págs.363-393.

CASADO, D. "Estructuras generales de las organizaciones voluntarias en España" en CASADO, D. (Comp) *Organizaciones voluntarias en España*. Barcelona, Hacer, 1992. Págs.13-110.

CASAMIGLIA, H. ; TUSON VALLS, A. *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona, Ariel, 1999.

CASETTI, F. *Introducción a la semiótica*. Barcelona, Fontanella, 1980.

CASETTI, F. ; DI CHIO, F. *Cómo analizar un film*. Barcelona, Paidós, 1994.

CASTAÑARES, W. *El signo: problemas semióticos y filosóficos*. Madrid, Universidad Complutense, 1985.

CASTAÑARES, W. *De la interpretación a la lectura*. Madrid, Iberediciones, 1994.

CASTAÑARES, W. "El hiperrealismo televisivo" en *Revista de Occidente*. nº170/171, Madrid, 1995. Págs.106-119.

CASTAÑARES, W. "El efecto Peirce. Sugestiones para una teoría de la comunicación" en *Anuario Filosófico*. Vol.XXIX nº3, Navarra, Universidad de Navarra, 1996. Págs.1313-1330.

CASTAÑARES, W. "La prueba y la probabilidad retórica" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. nº4, Madrid, Universidad Complutense, 1999. Págs.33-52.

CASTAÑARES, W. "La teoría de la justicia de John Rawls" en *Ars Medica. Revista de Humanidades*. Vol.1 nº2, Barcelona, Ars XXI, 2003. Págs.103-110.

CASTAÑARES, W. *La televisión moralista. Valores y sentimientos en el discurso televisivo*. Madrid, Fragua, 2007.

CASTAÑARES, W. "El acto creativo: continuidad, innovación y creación de hábitos" en *Utopía y praxis latinoamericana*. nº40, Maracaibo, CESA-FACES Universidad del Zulia, 2008. Págs.67-81.

CASTELLS, M. "Entender nuestro mundo" en *Revista de Occidente*. nº205, 1998.

CASTELLS, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid, Alianza, 1998.

CASTILLA DEL PINO, C. *Teoría de los sentimientos*. Barcelona, Tusquets, 2000.

CASTRO DE CARBAJAL, B. "La pobreza en Colombia 1886-1930 Estado, Iglesia y ciudadanos" en *Congreso Asociación de Estudios Latinoamericanos*. 1997. [<http://centauro.cmq.edu.mx/dav/libela/paginas/infoEspecial/pdfArticulosLaicidad/100101276.pdf>]

CHANT, S. *Nuevas contribuciones al análisis de la pobreza: desafíos metodológicos y conceptuales para entender la pobreza desde una perspectiva de género*. nº4, CEPAL, 2003. [[http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/mujer/agrupadores\\_xml/aes6.xml&xsl=/agrupadores\\_xml/agrupa\\_listado.xsl](http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/mujer/agrupadores_xml/aes6.xml&xsl=/agrupadores_xml/agrupa_listado.xsl)]

CHARAUDEAU, P. ; MAINGUENEAU, D. *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires, Amorrortu, 2005.

CHARTIER, R. *Libros, lecturas y lectores en la edad moderna*. Madrid, Alianza, 1993.

CHILDS, P. ; WILLIAMS, P. *An introduction to postcolonial theory*. Wheatsheaf, Hassocks: Harvester, 1997.

CHOCARRO MARCESSE, S. (Coord) *Nosotras en el país de las comunicaciones*. Barcelona, Icaria, 2007.

CHOLIZ, M. "La expresión de las emociones en la obra de Darwin" en TORTOSA, F. ; CIVERA, C. ; CALATAYUD, C. (Comps) *Prácticas de Historia de la Psicología*. Valencia, Universidad de Valencia, 1995.

CHOULIARAKI, L. *The spectatorship of suffering*. London, SAGE, 2006.

CICOUREL, AV. *El método y la medida en sociología*. Madrid, Editorial Nacional, 1982.

COETZEE, JM. *Foe*. Barcelona, Mondadori, 2004.

COLECTIVO IOE, *Discursos de los españoles sobre los extranjeros. Paradojas de la alteridad*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1995.

CONGDE, *Directorios electrónicos ONGD 1996-2008*.

CONGDE, *Código de Conducta sobre imágenes y mensajes a propósito del Tercer Mundo*. 1989. [[www.risolidaria.org.es/canales/canal\\_congde/pdf/imagenes.pdf](http://www.risolidaria.org.es/canales/canal_congde/pdf/imagenes.pdf)]

CONGDE, *Directorio de ONGD 1994*. 1994.

CONGDE, *Educación para el Desarrollo. Una estrategia imprescindible*. 2004. [<http://www.congde.org/documentos/queeslaED.pdf>]

CORNWALLI, A. ; HARRISON, E. ; WHITEHEAD, A. "Introduction: repositioning feminisms in Gender and development" en CORNWALLI, A. ; HARRISON, E. ; WHITEHEAD, A. *Repositioning Feminisms in Development, IDS Bulletin*. Vol.35 nº4, 2004. [[www.ids.ac.uk/ids/bookshop/bulletin/Introduction35.4.pdf](http://www.ids.ac.uk/ids/bookshop/bulletin/Introduction35.4.pdf)]

COSTA, J. *Reinventar la publicidad. Reflexiones sobre las ciencias sociales*. Madrid, Fundeso, 1993.

COURTES, J. *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva*. Paris, Hachette, 1980.

COURTES, J. *Análisis semiótico del discurso: Del enunciado a la enunciación*. Madrid, Gredos, 1997.

COURTINE, JJ. "Análisis del discurso político" en *Revista Langages*. nº62, 1981.

CRONIN, A. "Consumer Rights/Cultural Rights: a New Politics of European Belonging" en *European Journal of Cultural Studies*. Vol.5 nº3, London, SAGE, 2002. Págs.307-323.

CRONIN, A. *Advertising and consumer citizenship. Gender, imágenes and rights*. London, Routledge, 2000.

CRUCES, P. ; DIAZ, A. "Representación simbólica y representación política: el mitin como puesta en escena del vínculo electoral" en *Revista de Occidente*. nº170/171, Madrid, 1995. Págs.162-180.

CRUCES, P. ; ET AL, "¿Confianza, cosmética o sospecha? Una etnografía multisituada de las relaciones entre instituciones y usuarios en seis sistemas expertos en España" en *Alternidades*. Vol.13 nº25, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2003.

CRUCES, F. "Matrices culturales: pluralidad, emoción y reconocimiento" en *Revista Anthropos. Jesus Martín Barbero: comunicación y culturas en América Latina*. nº219, Barcelona, Anthropos, 2008. Págs.173-179.

CURRAN, J. ; MORLEY, D. ; WALKERDINE, V. *Estudios culturales y comunicación*.. Barcelona, Paidós, 1998.

DAMASIO, A. *En busca de Spinoza. Neurobiología de la emoción y los sentimientos*. Barcelona, Crítica, 2005.

DAMASIO, A. *El error de Descartes*. Barcelona, Crítica, 2006.

DAVIS, F. *La comunicación no verbal*. Madrid, Alianza, 1988.

DAYAN, D. (Comp) *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997.

DE LA FUENTE GARCIA, M. *La argumentación en el discurso periodístico sobre inmigración. Tesis doctoral*. León, Universidad de León, 2006.

DE LAURETIS, T. *Alicia ya no*. Madrid, Cátedra, 1993.

DE LUCA, K.M. *The new rethoric of enviromental activism*. New York, The Guilfford Press, 1999.

DE SOUSA SANTOS, B. *Crítica de la razón indolente. Contra el desperdicio de la experiencia*. Bilbao, Desclée, 2003.

DE SOUSA SANTOS, B. "El Foro Social Mundial: hacia una globalizacion contra-hegemonica" en ESCOBAR, A. ; SEN, A. ET AL. *El Foro Social Mundial: Desafiando Imperios*. Malaga, El Viejo Topo, 2004.



DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*. Archivo situacionista hispano, 1998. [<http://www.sindominio.net/ash/>]

DELAPORTE, F. "El espejo del alma" en *ARTES La Revista*. Vol.4 nº7, Antioquia, Universidad de Antioquia, 2004. Págs.77-90.

DELAPORTE, F. "El espejo del alma" en *Revista Artes*. nº4, 2004.

DELEUZE, G. *La lógica del sentido*. Barcelona, Paidós, 1989.

DELEUZE, G. "Posdata sobre las sociedades de control" en FERRER, C. (Comp) *El lenguaje literario*. Montevideo, Nordan, 1991.

DELEUZE, G. ; GUATTARI, F. *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia, Pretextos, 2000.

DELGADO, JM. ; GUTIERREZ, J. (Comp) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*,. Madrid, Síntesis, 1994.

DEMARIA, C. *Teorie di genere. Feminismo, critica postcoloniale e semiotica*. Milano, Strumento Bompiani, 2003.

DERRIDA, J. "La estructura, el signo y el juego en el discurso de las ciencias humanas" en *Dos ensayos*. Barcelona, Anagrama, 1972. Págs.9-36.

DESCARTES, R. *Las pasiones del alma*. Biblioteca Virtual Universal, 2003.

DESPRET, V. *Ces émotions qui nous fabriquent*. Paris, Les Empêcheurs de Penser en Rond, 2001.

DIEZ RODRIGUEZ, A. "Las ONG como campo de relaciones sociales" en REVILLA BLANCO, M. (Ed) *Las ONG y la política*. Madrid, Itsmo, 2002.

DIEZ SALAZAR, R. *Redes de solidaridad internacional: para derribar el muro Norte-Sur*. Madrid, HOAC, 1996.

DUCROT, O. ; TODOROV, T. *Diccionario enciclopédico de la ciencias del lenguaje*. Madrid, Siglo XXI, 1983.

DUCROT, O. ; SCHAEFFER, JM. *Nouveau dictionnaire encyclopédique de sciences du langage*. Paris, Seuil, 1995.

DUCROT, O. *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Barcelona, Paidós, 1999.

DYER, G. *Advertising as communication*. Londres, Methuen, 1982.

EAGLETON, T. "Dos ensayos sobre la interpretación no profesional" en *Minerva*. Madrid, Círculo de Bellas Artes, 2007.

ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen, 1981.

ECO, U. "El extraño caso de la intentio lectoris" en *Revista de Occidente*. nº69, Madrid, Revista de Occidente, 1987. Págs.5-28.

ECO, U. *Lector in fábula*. Barclona, Lumen, 1987.

ECO, U. *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen, 1991.

ECO, U. *Signo*. Barcelona, Labor, 1994a.

ECO, U. *La estructura ausente*. Barcelona, Lumen, 1994b.

ECO, U. "¿El público perjudica a la televisión?" en MORAGAS, M. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1994.

ELIAS, N. *La sociedad de los individuos*. Barcelona, Península, 1987.

ELIAS, N. *El proceso de civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. Madrid, Siglo XXI, 1993.

ELSENAAR, A. ; SHA, R. "Electric body manipulation: as performance art. A historical perspective" en *Leonardo Music Journal*. Vol.12 Massachusetts, MIT Press, 2002. Págs.17-28. [[http://artificial.org/elsenaar\\_scha\\_lmj\\_12\\_03.pdf](http://artificial.org/elsenaar_scha_lmj_12_03.pdf)]

ENTREVERNES, GRUPO DE. *Análisis semiótico de los textos*. Madrid, Cristiandad, 1982.

ERRO, J. *Comunicación, Desarrollo y ONGD*. Bilbao, Hegoa, 2002.

ESCANDEL VIDAL, M.V. *Introducción a la pragmática*. Barcelona, Ariel, 1996.

ESCOBAR, A. *Encountering development: The making and unmaking of Third World*. New Jersey, Princenton University Press, 1995.

ESCOBAR, A. "Imagining a Post-development Era" en CRUSH, J. (Ed) *Power of Development*. London, Routledge, 1995. Págs.211-27.

ESCOBAR, A. "Antropología y desarrollo" en *Revista Internacional de Ciencias Sociales*. nº154, OEI, 1997.

ESCOBAR, A. "El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: globalización o posdesarrollo" en VIOLA, A. (Comp) *Antropología del desarrollo: teoría y estudios etnográficos en América Latina*. Barceloa, Paidós, 2000. Págs.169-216.

ESCOBAR, A. "El "postdesarrollo" como concepto y práctica social" en MATO, D. (Coord) *Políticas de economía y ambiente y sociedad en tiempos de globalización*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 2005. Págs.17-31.

ESPOSITO, R. *Inmunitas*. Buenos Aires, Amorrortu, 2005.

ESPOSITO, R. *Comunitas. Origen y destino de la comunidad*. Buenos Aires, Amorrortu, 2007.

- ESTEBANEZ, P. *Medicina Humanitaria*. Ediciones Díaz Santos, 2005.
- FABBRI, P. "Todos somos agentes dobles" en *Revista de Occidente*. Madrid, 1987.
- FABBRI, P. "La fuerza de la ficción" en *VVAA, Publicidad: semiótica e ideología*. Valencia, UIMP-Contrapunto, 1990.
- FABBRI, P. *Tácticas de los signos*. Barcelona, Gedisa, 1995.
- FABBRI, P. *El giro semiótico*. Barcelona, Gedisa, 2000.
- FABBRI, P. ; MARRONE, G. (Ed) *Semiotica in nuce*. Roma, Meltemi, 2001.
- FABBRI, P. "Si falta la voz" en *Des signis*. nº6, Barcelona, Gedisa, 2004.
- FAIN, S. "Celebrities, poverty and mediapolis: a case study of the ONE campaign" en *Media, communication and humanity Conference*. London, London School of Economics, 2009.  
[[http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/Conference/Conference\\_Papers\\_Keep\\_them\\_here/LSE\\_mediahumanity\\_paper-SharonFain.pdf](http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/Conference/Conference_Papers_Keep_them_here/LSE_mediahumanity_paper-SharonFain.pdf)]
- FAIRCLOUGH, N. "Political correctness: the politics of culture and language" en *Discourse & Society*. Vol.14 nº1, London, SAGE, 2003. Págs.17-27.
- FANNON, F. *Los condenados de la tierra*. México, Fondo de Cultura Económica, 1961.
- FANON, F. *Black skin, white masks*. London, Pluto Press, 1986.
- FELIU, E. "La publicidad social" en *Foro de Investigación en Comunicación*. Madrid, Universidad Complutense, 2003.  
[[http://www.campusred.net/forouniversitario/pdfs/Ponencias/Emilio\\_Feliu.pdf](http://www.campusred.net/forouniversitario/pdfs/Ponencias/Emilio_Feliu.pdf)]
- FERNÁNDEZ BUEY, F. "Los movimientos sociales alternativos: un balance" en *www.artnet.com*. 2002. [<http://www.artnet.com.br/gramsci/arquiv224.htm>]
- FERRANDO, M. ; IBAÑEZ, J. ; ALVIRA, F. (Comps) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*. Madrid, Alianza, 1993.
- FIGUEROA, M. ; MICHELINI, D. (Comps) *Filosofía y solidaridad*. Chile, Universidad Alberto Hurtado, 2007.
- FISAS, V. *La compasión no basta*. Barcelona, Icaria, 1995.
- FONTANILLE, J. *Sémiotique du discours*. Limoges, Pulim, 1998.
- FONTANILLE, J. *Figure del corpo. Per una semiotica dell'impronta*. Roma, Meltemi, 2004.
- FORFING, J. *New theories of discourse. Laclau, Mouffe and Zizek*. Oxford, Blackwell, 1999.
- FOUCAULT, M. *El orden del discurso*. Barcelona, Tusquets, 1987.

FOUCAULT, M. "La epidemia neoliberal. El nacimiento de la biopolítica" en *Archipelago. Cuadernos de crítica de la Cultura*. nº30, Barcelona, Archipiélago, 1997.

FOUCAULT, M. *La arqueología del saber*. Madrid, Siglo XXI, 1999.

FOUCAULT, M. *Las palabras y las cosas*. Madrid, Siglo XXI, 2001.

FOUCAULT, M. *Vigilar y castigar*. Madrid, Siglo XXI, 2002.

FRASER, *Unruly Practices. Power, discourse and gender in contemporary Social Theory*. London, Polity Press, 1989.

FRASER, N. *Iustitia Interrupta*. Colomba, Siglo del Hombre Editores, 1997.

FRASER, N. "Heterosexismo, falta de reconocimiento y capitalismo. El marxismo y lo meramente cultural" en *New Left Review*. nº2, 2000. Págs.109-121.

FRASER, N. "Recognition without ethics" en *Theory, culture and society*. Vol.18 nº2-3, London, SAGE, 2001. Págs.21-42.

FRASER, N. ; GORDON, L. "A genealogy of Dependency. Tracing a Keyword of the U.S Welfare State" en FEDER KITTAY, E. ; FEDER, E.K. (Eds) *The subject of care: feminist perspectives on dependency*. Lanham, Rowman & Littlefield Publishers, 2003. Págs.121-149.

FRASER, N. "Transnationalizing the Public Sphere" en *republicart*. nº03, [www.republicart.net](http://www.republicart.net), 2005. [[http://www.republicart.net/disc/publicum/fraser01\\_en.htm](http://www.republicart.net/disc/publicum/fraser01_en.htm)]

FRASER, N. "Reinventar la justicia en un mundo globalizado" en *New Left Review*. nº36, Madrid, Akal, 2006.

FRASER, N. "Mapping the Feminist Imagination: from redistribution to recognition to representation" en *Conferencia pronunciada en el ciclo de formación del Master en Feminismo y Género*. Madrid, Universidad Complutense, 2007.

FREIRE, P. *La pedagogía del oprimido*. Madrid, Siglo XXI, 2000.

FREUD, S. *Esquema del psicoanálisis. Obras Completas. Vol XXIII*. Buenos Aires, Amorrortu, 1980.

FUBINI, E. *Los enciclopedistas y la música*. Valencia, Universitat de Valencia, 2002.

FUEYO GUTIERREZ, A. *De exóticos paraísos y miserias diversas*. Barcelona, Icaria, 2002.

FUNDACIÓN TOMILLO, *Empleo y trabajo voluntario en las ONG de acción social*. Madrid, Fundación Tomillo, 2000.

FUNES RIVAS, M.J. *La ilusión solidaria. Las organizaciones altruistas como actores sociales en los regímenes democráticos*. Madrid, UNED, 1995.

GARCIA CANCLINI, N. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo, 1990.

GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo, 1995.

GARCÍA CANCLINI, N. *La globalización imaginada*. Buenos Aires, Paidós, 2001.

GARCÍA CANCLINI, N. *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, Gedisa, 2005.

GARCIA INDA, A. "Sobre participación, voluntariado y servicio civil" en *Documentación Social*. nº122, Madrid, Caritas, 2001.

GARCIA IZQUIERDO, B. *El valor de compartir beneficios*. Bilbao, Universidad de Deusto, 2000.

GARCIA RUIZ, P. "Comunidades de marca. El consumo como relación social" en *Política y sociedad*. Vol.42 nº1, Madrid, Universidad Complutense, 2005. Págs.257-252.

GASPAR, S. "Consecuencias no intencionales y figuración: una incursión crítica en la obra de Norbert Elias" en *REIS*. nº101, Madrid, CIS, 2003. Págs.119-148.

GAUTHIER, G. ; GOSSELIN, A. ; MOUCHON, J. *Comunicación y política*. Barcelona, Gedisa, 1998.

GEERTZ, C. *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Gedisa, 1997.

GIACAGLIA, M. "Acerca del vacío y los sujetos" en *Ciencia, docencia y tecnología*. Concepción del Uruguay, Universidad Nacional de Entre Ríos, 2004. Págs.93-104. [<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=14502903>]

GIDDENS, A. *La transformación de la intimidad*. Madrid, Alianza, 1992.

GIDDENS, A. *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad contemporánea*. Barcelona, Península, 2000.

GIDDENS, A. ; HUTTON, W. *En el límite: La vida en el capitalismo global*. Barcelona, Tusquets, 2001.

GIDDENS, A. *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, Alianza, 2002.

GOFFMAN, E. *Frame análisis. An essay on the organization of experience*. London, Harvard University Press, 1974.

GOFFMAN, E. *Gender Advertisements*. Londres, Communications and Culture, 1979.

GOFFMAN, E. *Relaciones en público*. Madrid, Alianza, 1979.

GOFFMAN, E. *Los momentos y sus hombres*. Barcelona, Paidós, 1991.

GOFFMAN, E. "La ritualización de la feminidad" en *Los momentos y sus hombres*. Barcelona, Paidós, 1991.

GOFFMAN, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu, 2004.

GOMEZ, P. ; PASCALE, E. ; SAIZ, V. "Campaña de Comunicaciones 2003: Pobreza y alteridad al estilo Benetton" en *Cuadernos de Información*. nº16-17, Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 2004. Págs.129.

GÓMEZ, C. (Ed) *Doce textos fundamentales de la Ética del siglo XX*. Madrid, Alianza, 2003.

GÓMEZ GIL, C. *Las ONG en la globalizació. Estrategias, cambios y transformaciones de las ONG en la sociedad global*. Barcelona, Icaria, 2004.

GÓMEZ GIL, C. *Las ONG en España. De la apariencia a la realidad*. Madrid, Los libros de la Catarata, 2005.

GONZÁLEZ PARADA, J.R. ET AL. *La función de las ONGs en la ayuda al desarrollo*. Bilbao, Tecnodes, 1995.

GOODMAN, N. *Maneras de hacer mundos*. Madrid, La balsa de la Medusa, 1990.

GOODMAN, N. *De la mente y de otras materias*. Madrid, Visor, 1995.

GOTBOUT, J.T. *El espíritu del don*. Madrid, Siglo XXI, 1997.

GRANDI, R. *Texto y contexto en los medios de comunicación. Análisis de la información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Barcelona, Bosch, 1995.

GRAU, E. ; IBARRA, P. (Coord) *La red en la calle ¿Cambios en la cultura de la movilización? Anuario de los movimientos sociales*. Barcelona, Icaria, 2003.

GREIMAS, A.J. *En torno al sentido*. Madrid, Fragua, 1973.

GREIMAS, A.J. *Del sentido II. Ensayos semióticos*. Madrid, Gredos, 1983.

GREIMAS, A.J. ; COURTÉS, J. *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, Gredos, 1991.

GREIMAS, A.J. "Semiótica figurativa y semiótica plástica" en HERNÁNDEZ AGUILAR, G. *Figuras y estrategias. En torno a una semiótica de lo visual*. Madrid, Siglo XXI, 1994.

GREIMAS, A. ; FONTANILLE, J. *Semiótica de las pasiones: de los estados de cosas a los estados de ánimo*. México, Siglo XXI, 1994.

GRIFFITHS, G. "The myth of authenticity. Representation, discourse and social practice" en TIFFIN, C. ; LAWSON, A. (Eds) *De-scribing Empire. Postcolonialism and textuality*. New York, Routledge, 1994. Págs.70-85.

GROSFOGUEL, R. ; GEORAS, C.S. "Coloniality of power and racial dynamics: notes toward a reinterpretation of Latino Caribbeans in New York City" en *Identities*. Vol.7 nº1, Malaysia, Harwood, 2000. Págs.85-125.

GROUPE μ, *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Madrid, Cátedra, 1993.

GRUPO PICNIC, *Mujeres inmigrantes en España. Representaciones en la información y percepción social*. Madrid, Fragua, 2007.

GUERRA, M.J. "¿Servirá el multiculturalismo para revigorizar el patriarcado? Una apuesta por el feminismo global" en *Leviatán*. nº80, 2000. [[http://www.nodo50.org/mujeresred/mj\\_guerra\\_palmero-multiculturalismo.html](http://www.nodo50.org/mujeresred/mj_guerra_palmero-multiculturalismo.html)]

GUERRA, M.J. *Teoría feminista contemporánea: una aproximación desde la ética*. Madrid, Universidad Complutense, 2001.

HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid, Cátedra, 1997.

HALL, S. "Encoding and decoding in the television discourse" en *Council of Europe Colloquy on Training in the critical reading of televisual language*. Leicester, Center for Mass Communication Research, 1973.

HALL, S. "Cultural Studies: Two Paradigms" en HALL, S. ET AL. *Culture, Media, Language*. London, Hutchinson, 1980. Págs.57-72.

HALL, S. ; GROSSBERG, L. "On postmodernism and articulation. An interview with Stuart Hall" en MORLEY, D. ; KUAN-HSING, C. *Critical dialogues in cultural studies*. London, Routledge, 1996. Págs.131-150.

HALL, S. "The spectacle of the other" en HALL, S. (Ed) *Representation: cultural representation and signifying practices*. London, SAGE, 1997.

HALL, S. (Ed) *Representation: cultural representation and signifying practices*. London, SAGE, 1997.

HANDELMAN, D. "Rituales y espectáculos" en *International Social Science Journal*. nº153, UNESCO, 1997. [<http://www.unesco.org/issj/rics153/handelmanspa.html>]

HANSBERG, O. "Las emociones y la explicación de la acción" en *Isegoría*. nº25, Madrid, CSIC, 2001.

HARAWAY, D. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid, Cátedra, 1995.

HARAWAY, D. "La promesa de los monstruos: una política regeneradora para los otros inapropiados/inapropiables" en *Política y Sociedad*. Vol.30 Madrid, Universidad Complutense, 1999. Págs.121-163.



HARDT, M. "Trabajo afectivo" en *Vinculo-a. (Políticas de la afectividad, estéticas del biopoder)*. Madrid, Centro Conde Duque, 2006. [[http://www.vinculo-a.net/texto\\_hardt.html](http://www.vinculo-a.net/texto_hardt.html)]

HARVEY, D. *La condición de la postmodernidad. Investigación sobre los orígenes de cambio cultural*. Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

HOCHSCHILD, A.R. "Las cadenas mundiales de afecto y asistencia y la plusvalía emocional" en GIDDENS, A. ; HUTTON, W. *En el límite: La vida en el capitalismo global*. Barcelona, Tusquets, 2001. Págs.187-208.

HONNETH, A. *La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales*. Barcelona, Crítica, 1997.

HONNETH, A. "Recognition or Redistribution? Changing perspectives on the moral order of society" en *Theory, Culture & Society*. Vol.18 nº2-3, London, SAGE, 2001. Págs.43-55.

HOOKS, b. "Representing whiteness in the black imagination" en GROSSBERG, L. (Ed) *Cultural Studies*. London, Routledge, 1992. Págs.338-346.

HOOKS, b. "Representing Whiteness in the Black imagination" en FRANKIENBERG, R. (Ed) *Displacing whiteness*. Durham-London, Duke University Press, 1997. Págs.165-179.

HOPENHAYN, M. "¿Qué hacer con el dinero?" en *Estudios Públicos*. nº86, 2002. Págs.335-351.

HORKHEIMER, M. ; ADORNO, H.W. *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, Trotta, 2001.

IBAÑEZ, J. *Más allá de la sociología*. Madrid, Siglo XXI, 1979.

IBAÑEZ, J. "La publicidad, un remedio para el pánico" en VVAA, *Publicidad: semiótica e ideología*. Valencia, UIMP-Contrapunto, 1990.

IBAÑEZ, J. "Cómo se realiza una investigación mediante grupos de discusión" en FERRANDO, M. ; IBAÑEZ, J. ; ALVIRA, F. (Comps) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*. Madrid, Alianza, 1993.

IBAÑEZ, J. "Publicidad:la tercera palabra de Dios" en *Revista de Occidente*. nº162, Madrid, 1994.

IBAÑEZ, J. *Por una sociología de la vida cotidiana*. Madrid, Siglo XXI, 1994.

IMBERT, G. "Publicidad y alteridad" en VVAA, *Publicidad: semiótica e ideología*. Valencia, UIMP-Contrapunto, 1990.

IRIGARAY, L. *Ese sexo que no es uno*. Madrid, Saltés, 1981.

IZQUIETA, J.L. ; CALLEJO, J. "Los nuevos voluntarios: naturaleza y configuración de sus iniciativas solidarias" en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. nº85, Madrid, CIS, 1999. Págs.95-126.

JAKOBSON, R. *Ensayos de lingüística general*. Barcelona, Seix Barral, 1975.

JAMESON, F. *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. London, Duke University Press, 1991.

JAUSORO, M.N. *La práctica discursiva y el interdiscurso. Una propuesta metodológica para la investigación social del euskera*. Leioa, Universidad del País Vasco, 1996.

JAUSS, H.R. *Experiencia estética y hermenéutica literaria. Ensayos en el campo de la experiencia estética*. Madrid, Taurus, 1986.

JIMENEZ MADARIAGA, ET AL. "Encantos y desencantos en las relaciones de los usuarios con los sistemas de expertos en los puntos de acceso" en *Actas del IX Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español*. Barcelona, Institut Català d'Antropologia, 2003.

KANT, E. *Antropología*. Madrid, Alianza, 2004.

KEAT, R. ; WHITELEY, N. ; ABERCOMBIE, N. (Eds) *The authority of the consumer*. London, Routledge, 1994.

KLEIN, N. *No logo*. Barcelona, Paidós, 2001.

KLEINMAN, A. ; KLEINMAN, J. "The appeal of experience. The dismay of images: cultural appropriations of suffering in our times" en KLEINMAN, A. ; DAS, V. ; LOCK, M. (Eds) *Daedalus. Social Suffering*. Vol.125 nº1, Cambridge, American Academy of Arts and Sciences, 1996. Págs.1-23.

KRACAUER, S. *The mass Ornament*. London, Harvard University Press, 1995.

KRAIDY, M. ; GOEDDERTZ, T. "Transnational advertising and international relations: US press discourses on the Benetton "We on Death Row" campaign" en *Media, Culture & Society*. Vol.25 London, SAGE, 2003. Págs.147-164.

KRESS, G. ; VAN LEEUWE, T. *Reading Images. The grammar of Visual Design*. London, Routledge, 1996.

KRISTEVA, J. *Semiótica*. Madrid, Fundamentos, 1976.

LACAN, J. *Aún (1972-1973). Seminario XX*. Barcelona, Paidós, 1981.

LACLAU, E. ; MOUFFE, C. *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid, Siglo XXI, 1987.

LACLAU, E. "EL ANALISIS POLITICO DEL DISCURSO: entre la teoría de la hegemonía y la retórica. Entrevista a Ernesto Laclau" en *De Signis. La comunicación política, transformaciones del espacio público*. nº2, Barcelona, Gedisa, 2002.

LAKOFF, G. ; JHONSON, M. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra, 1996.

LAKOFF, G. *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid, Editorial Complutense, 2007.

LANDOWSKI, E. "Ellos y nosotros: notas para una aproximación semiótica a algunas figuras de la alteridad social" en *Revista de Occidente*. nº140, Madrid, 1993.

LANDRY, D. ; MACLEAN, G. *The Spivak reader*. New York, Routledge, 1996.

LATOUR, B. ; HERMANT, É. "Esas redes que la razón ignora: laboratorios, bibliotecas, colecciones" en GARCÍA SELGAS, F.J. ; MONLEÓN, J.B. *Retos de la postmodernidad. Ciencias sociales y humanas*. Madrid, Trotta, 1999. Págs.161-183.

LATOUR, B. "Piccola filosofia dell'enunciazione" en FABBRI, P. ; MARRONE, G. (Ed) *Semiotica in nuce*. Roma, Meltemi, 2001.

LATOUR, B. "WHOSE COSMOS, WHICH COSMOPOLITICS? Comments on the Peace Terms of Ulrich Beck" en *Common Knowledge*. Vol.10 nº3, 2004. Págs.450-462.

LATOUR, B. "Haciendo 'res pública'. Entrevista" en *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana*. nºEspecial-Noviembre-Diciembre, Madrid, Antropólogos Iberoamericanos en Red, 2005.

LATOUR, B. "It's development, stupid! Or How to modernize modernization" en PROCTOR, J. (Ed) *Postenvironmentalism*. Massachusetts, MIT Press, 2008. [<http://www.bruno-latour.fr/articles/article/107-NORDHAUS&SHELLENBERGER.pdf>]

LEVINAS, E. *Totalidad e infinito. Ensayo sobre la exterioridad*. Salamanca, Sígueme, 1977.

LÉVI-STRAUSS, C. *El pensamiento salvaje*. Mexico, Fondo de Cultura Económica, 1997.

LINS RIBERIOR, G. "Post-imperialismo: para una discusión después del post-colonialismo y del multiculturalismo" en MATO, D. *Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires, FLACSO, 2005. Págs.41-67.

LIPOVETSKY, G. *El crepúsculo del deber*. Barcelona, Anagrama, 2000.

LOTMAN, J. *Semiótica de la cultura*. Madrid, Cátedra, 1982.

LOTMAN, J. *La semiosfera, I. Semiótica de la cultura y el texto*. Madrid, Cátedra, 1996.

LOTMAN, J. *La semiosfera, II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Madrid, Cátedra, 1998.

LOZANO, J. ; PEÑAMARIN, C. ; ABRIL, G. *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid, Cátedra, 1986.

LUCERGA PÉREZ, M.J. "CUANDO IO SOY LA MARCA. LA SOLIDARIDAD COMO CONSTRUCCIÓN PUBLICITARIA" en *Revista electrónica de Estudios Filológicos*. nº9, [www.tonosdigital.com](http://www.tonosdigital.com), 2005. [<http://www.um.es/tonosdigital/znum9/estudios/ongtonos.htm>]

LURY, C. *Consumer culture*. London, Polity Press, 1999.

LURY, C. "The United Colors of Diversity. Essential and Inessential Culture" en FRANKLIN, S. ; LURY, C. ; STACEY, J. *Global Nature, Global Culture*. London, SAGE, 2000.

LUZT, T. *El llanto. Historia cultural de las lágrimas*. Madrid, Taurus, 2001.

LYONS, J. *Semántica*. Barcelona, Teide, 1980.

LYOTARD, F. *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid, Cátedra, 1984.

MACCANELL, D. *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona, Melusina, 2003.

MAETTIG, L. "Teoría de los procesos y globalización" en WEILER, V. (Comp) *Figuraciones en Proceso*. Santa Fe de Bogotá, Utopía Ediciones, 1998.

MAINGUENEAU, D. *Introducción a los métodos de análisis del discurso*. Buenos Aires, Hachette, 1989.

MAINGUENEAU, D. *L'analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive*. París, Hachette, 1991.

MAINGUENEAU, D. *Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.

MARINA, J.A. *El laberinto sentimental*. Barcelona, Anagrama, 1999.

MARINAS, J.M. *La fábula del bazar. Orígenes de la cultura del consumo*. Madrid, La balsa de la Medusa, 2001.

MARSHALL, T. ; BOTTOMORE, T. *Ciudadanía y clase social*. Madrid, Alianza, 1998.

MARTIN BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

MARTIN BARBERO, J. "Matrices culturales de la telenovela" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol.II nº5, México, Universidad de Colima, 1988.

MARTIN BARBERO, J. "Investigación de la comunicación y análisis sociocultural" en *Actas del II Simposium Internacional AIC sobre políticas informativas y de la comunicación*. Madrid, AIC, 1989.

MARTIN BARBERO, J. *Oficio de cartógrafo*. Chile, Fondo de Cultura Económica, 2004.

MARTIN BARBERO, J. "Pistas para entre-ver medios y mediaciones" en *Revista Anthropos. Jesús Martín Barbero: comunicación y culturas en América Latina*. nº219, Barcelona, Anthropos, 2008. Págs.43-48.

MARTIN PRADA, J. "Economías afectivas" en *Vinculo-a. (Políticas de la afectividad, estéticas del biopoder)*. Madrid, Centro Conde Duque, 2006. [[http://www.vinculo-a.net/texto\\_martinprada.html](http://www.vinculo-a.net/texto_martinprada.html)]

MARTINEZ LORITE, C. "¿Racismo en imágenes?" en SODEPAZ, *Cuadernos de educación para el desarrollo*. Madrid, SODEPAZ, 1990.

MARTINEZ SÁNCHEZ, J.L. *La imagen de las ONGD de desarrollo (Para ir dimensionando el Tercer Sector)*. Madrid, IEPALA, 1998.

MARTINEZ SOLIS, MC. *Visión discursiva del lenguaje, visión dialógica del discurso. La argumentación en la enunciación*. Pre-publicación, 2000. [[http://www.geocities.com/estudiscurso/martinez2.html#\\_ftn1](http://www.geocities.com/estudiscurso/martinez2.html#_ftn1)]

MARX, K. *Tercer Manuscrito. Propiedad privada y trabajo. Economía política como producto del movimiento de la propiedad privada*. Madrid, UCM. Biblioteca de autores socialistas, 1844. [<http://www.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/44mp/>]

MARZ, J. "Sebastiao Salgado: ways of seeing Latin America" en *Third text. Critical perspective on contemporary art and culture*. Vol.16 nº1, London, Routledge, 2002.

MAUSS, M. *Sociología y antropología*. Madrid, Tecnos, 1991.

MAYORAL, J.A. (Comp) *Estética de la recepción*. Madrid, Arco libros, 1987.

MCQUARRIE, E.F. ; MICK, D.G. "Figures of rhetoric in advertising language" en *Journal of Consumer Research*. Vol.22 nº4, Chicago, University of Chicago Press, 1996. Págs.155-163.

MENDEZ RUBIO, A. *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*. Madrid, Cátedra, 1997.

MENDEZ RUBIO, A. "Cultura y desaparición" en *Pasajes de pensamiento contemporáneo*. nºSeptiembre-Diciembre, Valencia, Universidad de Valencia, 2001. Págs.75-92.

MENDEZ RUBIO, A. *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia, Universidad de Valencia, 2004.

MESA, M. *Educación para el desarrollo y la paz: experiencias y propuestas en Europa*. Madrid, Editorial Popular, 1994.

MESA, M. *Educación para el desarrollo y la paz. Experiencias y propuestas en Europa*. Madrid, Sodepaz- Editorial Popular, 1994.

MESNARD, P. *Attualità della vittima*. Verona, Ombre Corte, 2004.

MIGNOLO, W.D. *Local histories/Global Designs*. New Yersey, Princeton University Press, 2000.

MILLER, W.I. *Anatomía del asco*. Madrid, Taurus, 1998.

MINH-HA, T.T. *Woman, native, other. Writing postcoloniality and feminism*. Indianapolis, Indiana University Press, 1989.

MINH-HA, T.T. *When the Moon waxes red. Representation, gender and cultural politics*. London, Routledge, 1991.

MINH-HA, T.T. "Not You/Like You: Post-Colonial Women and the Interlocking Questions of Identity and Difference" en MACCLINTOCK, A. ; MUFTI, A. ; SHOHAT, E. (Ed) *Dangerous liaisons: gender, nation, and postcolonial perspectives*. Minnesota, University of Minnesota Press, 1997.

MOHANTY, C.T. "Under western eyes: feminist scholarship and colonial discourse" en *Feminis Review*. Vol.30 1988. Págs.65-88.

MOHANTY, C.T. "Under Western Eyes. Revisited feminist solidarity through anticapitalist struggles" en *Signs Journal of Women culture and society*. Vol.28 nº2, Chicago, University of Chicago Press, 2002.

MOJZUK, M. *Nómades, Cyborgs y Vampiros. Sujetos emergentes para la salvación de la tierra en la era de la guerra del "bien" y del "mal"*. 2005. [<http://www.emede.net/html/multiculturalismo.html#20>]

MORALES GUTIERREZ, A.J. "En torno a la crisis de Manos Unidas" en *Revista de Fomento Social*. Córdoba, ETEA, 2000.

MOUFFE, C. *El retorno de lo político*. Barcelona, Paidós, 1999.

MOUFFE, C. "Por una política de identidad democrática" en *Antagonismos. Casos de Estudio*. Barcelona, MACBA, 2001.

MOUFFE, C. *Politics and passions. The stakes of democracy*. London, Center for study of democracy, 2002.

MOUFFE, C. *En torno a lo político*. Mexico, Fondo de Cultura Económica, 2007.

MOYA, C. "Sentimientos y teoría de la acción" en *Isegoría*. nº25, Madrid, CSIC, 2001. Págs.19-40.

NANCY, J.L. *Ser singular plural*. Madrid, Arena Libros, 2006.

NASH, K. "Global citizenship as show business: the cultural poliitics of Make Poverty History" en *Media, culture & society*. Vol.30 nº2, London, SAGE, 2008. Págs.167-181.

NIETO PEREIRA, L. (Coord) *Cooperación para el desarrollo y ONG*. Madrid, Los libros de la Catarata, 2001.

NIETO PEREIRA, L. (Coord) *La ética de las ONGD y la lógica mercantil*. Barcelona, Icaria, 2002.

NOCERA, P. "Un yo que es un nosotros" en *Nómadas Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. nº13, Madrid, Universidad Complutense, 2006.

NOS ALDAS, E. (Ed) *Medios periodísticos, cooperación y acción humanitaria*. Barcelona, Icaria, 2002.

NOS ALDAS, E. "Discurso publicitario y sensibilidad de las ONGD: de la función social de la publicidad a la responsabilidad de la comunicación social" en BENET, V.J. ; NOS ALDAS, E. *La publicidad del Tercer Sector*. Barcelona, Icaria, 2003.

NOS ALDAS, E. ; GÁMEZ FUENTES, M.J. (Eds) *Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la des-articulación social*. Castellón, Universitat Jaume I, 2006.

NOS ALDAS, E. *Lenguaje publicitario y discursos solidarios*. Barcelona, Icaria, 2007.

NUSSBAUM, M. *Las mujeres y el desarrollo humano*. Barcelona, Herder, 2002.

NUSSBAUM, M.C. *El conocimiento del amor. Ensayos sobre filosofía y literatura*. Madrid, Antonio Machado, 2005.

NUSSBAUM, M.C. *Paisajes del Pensamiento. La inteligencia de las emociones*. Barcelona, Magnum, 2008.

O'BARR, W.M. *Culture and the Ad. Exploring Otherness in the World of Advertising*. Oxford, Westview Press., 1994.

O'SULLIVAN, T. ET AL. *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu, 1997.

OLABANUEGA, R. (Coord) *El sector no lucrativo*. Bilbao, Fundación BBVA, 2000.

OLIVA, A. "Feminismo Postcolonial: la crítica al eurocentrismo del feminismo occidental" en *Cuadernos de Trabajo*. nº6, Madrid, Instituto de Investigaciones Feministas, 2004.

OROPEZA, M. "Aportes para la reconstrucción de una teoría del sentir en Simmel" en *Revista Argentina de Sociología*. Vol.2 nº002, Buenos Aires, Consejo de profesionales en sociología, 2004. Págs.101-114.

ORTEGA CARPIO, M.L. *Las ONGD y la crisis del desarrollo: un análisis de la cooperación con Centroamérica*. Madrid, IEPALA, 1994.

ORTI, A. "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo" en GARCÍA FERRANDO, M. ; IBÁÑEZ, J. ; ALVIRA, F. (Comps) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*. Madrid, Alianza, 1993.

ORTI, A. "La confrontación de modelos y niveles epistemológicos en la génesis e historia de la investigación social" en DELGADO, JM. ; GUTIERREZ, J. (Comp) *Métodos y técnicas cualitativas de la investigación en las ciencias sociales*. Madrid, Síntesis, 1994.

PEARCE, J. (Ed) *Desarrollo, ONG y sociedad civil*. Barcelona, Intermón Oxfam, 2002.

PEIRCE, C.A. *Collected Papers (Vol. 1-8)*. Cambridge, Harvard University Press, 1965.

PEIRCE, C.S. *Obra lógico-semiótica*. madrid, Taurus, 1987.

PEIRCE, C.S. *El hombre, un signo*. Barcelona, Critica, 1988.



PENINOU, G. *Semiótica de la Publicidad*. Barcelona, Gustavo Gili, 1976.

PEÑAMARÍN, C. "Ironía y violencia" en *La balsa de la Medusa*. nº10-11, Madrid, La balsa de la Medusa, 1989a. Págs.23-51.

PEÑAMARÍN, C. "El estribillo de los fantasmas" en *Revista de Occidente*. nº92, Madrid, 1989b. Págs.57-64.

PEÑAMARÍN, C. ; FRABETTI, C, C. *La mujer en la publicidad*. Madrid, Instituto de la Mujer., 1990.

PEÑAMARÍN, C. ; LÓPEZ DÍEZ, P. (Coords) *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental*. Madrid, Instituto de Investigaciones Feministas y Dirección general de la Mujer, 1995.

PEÑAMARIN, C. "Emociones colectivas. Las naciones como verdad y construcción" en AA.VV, *Visiones del mundo. La sociedad de la comunicación* Lima, Universidad de Lima-Fondo de Desarrollo Editorial, 1995.

PEÑAMARIN, C. "La sensibilidad comunicativa" en *Revista de Occidente*. nº170-171, Madrid, 1996. Págs.25-44.

PEÑAMARÍN, C. "El análisis de textos en una nueva clave. Discursos e imágenes sobre la inmigración en El País" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. nº3, Madrid, Universidad Complutense, 1997. Págs.145-166.

PEÑAMARIN, C. ; VEGA, C. ; LAVAIG, F. *No somos teledictas. Cómo viven las adolescentes la televisión. Documental*. Pre-publicación, 1999.

PEÑAMARÍN, C. "Fronteras interculturales en la comunicación" en *Revista de Occidente*. nº234, Madrid, 2000a. Págs.43-59.

PEÑAMARÍN, C. "Perspectivas sobre el campo de batalla" en *Tropelías*. nº11, Zaragoza, Universidad de Zaragoza, 2000b.

PEÑAMARIN, C. "Ficción televisiva y pensamiento narrativo" en *Semiosfera*. Vol.11 Madrid, Instituto de Cultura y Tecnología. Universidad Carlos III, 2002.

PEÑAMARIN, C. "Il focolare e il mondo. L'immaginazione dell'identità nei discorsi informativi e pubblicitari." en PEÑAMARÍN, C. VS. *Quaderni di studi semiotici*. Bompiani, 2006a.

PEÑAMARIN, C. "La violencia de las representaciones. Políticas de la indiferencia y la hostilidad" en GARCIA SELGAS, F. ; ROMERO BACHILLER, C. (Eds) *El doble filo de la navaja: violencia y representación*. Madrid, Trotta, 2006b. Págs.131-144.

PEÑAMARIN, C. (Ed) *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación.La mediatización del espacio público*. nº13, Madrid, Universidad Complutense, 2008.

PEÑAMARIN, C. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* "¿Hay vida política en el espacio público mediatizado?" en (Ed) *La mediatización del espacio público*. nº13, Madrid, Universidad Complutense, 2008. Págs.61-78.

PERELMAN, CH. ; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado de la argumentación*. Madrid, Gredos, 2000.

PEREZ DIAZ, V. *La esfera pública y la sociedad civil*. Madrid, Taurus, 1997.

PEREZ TORNERO, J.M. *La semiótica de la publicidad*. Barcelona, Mitre, 1982.

PETRAS, J. "El postmarxismo rampante. Una crítica a los intelectuales y a las ONG" en PETRAS, J. *Autogestión*. Madrid, 1999.

PEZZINI, I. *Semiotica delle passioni*. Bologna, Esculapio, 1991.

PICAS, J. "Las ONG y el 'mercado de la caridad'" en *Quaderns-e*. Vol.1 nº01/a, Barcelona, Institut Català d'Antropologia, 2003.  
[<http://www.raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/51717/122905>]

PICAS, J. *Papel de las ONG y la crisis del desarrollo. Una crítica antropológica a las formas de cooperación*. Barcelona, Universitat de Barcelona, 2006.

PIMENTEL, A. "El marketing con causa en su contexto" en *Ciclo de Otoño de Comunicación*. Madrid, Fundación Complutense, 2000.

POSTER, F. ; SWEETMAN, C. *Mainstreaming Gender in Development: A Critical Review*. London, Oxfam, 2005.

POTTER, J. *La representación de la realidad*. Barcelona, Paidós, 1998.

PRECARIAS A LA DERIVA, *A la deriva por los circuitos de la precariedad femenina*. Madrid, Traficantes de sueños, 2004.

PUTNAM, H. *Representación y realidad. Un balance crítico del funcionalismo*. Barcelona, Gedisa, 2000.

PUTNAM, H. *El desplome de la dicotomía hecho-valor y otros ensayos*. Barcelona, Paidós, 2004.

QUIJANO, A. "Colonialidad del poder y clasificación social" en *Journal of world-systems research*. Vol.VI nº2, Riverside, California University Press, 2000. Págs.342-386.

RAMIREZ GOICOECHEA, G. "Antropología "compleja" de las emociones humanas" en *Isegoría*. nº25, Madrid, CSIC, 2001. Págs.177-200.

RAMOS TORRES, R. "La más melancólica de las reflexiones. Simpatía, virtud y fortuna en Teoría de los sentimientos morales de Adam Smith" en *Política y Sociedad*. nº37, Madrid, Universidad Complutense, 2001. Págs.21-46.

RANCIÈRE, J. *El desacuerdo. Nueva Visión, Buenos Aires, 1996..* Buenos Aires, Nueva Visión, 1996.

RANCIÈRE, J. *La división de lo sensible. Estética y política..* Salamanca, Centro de Arte de Salamanca, 2002.

RANCIÈRE, J. *El maestro ignorante*. Barcelona, Laertes, 2002.

RANCIÈRE, J. *Sobre políticas estéticas*. Barcelona, UAB, MACBA, 2005a.

RANCIÈRE, J. *El viraje ético de la estética y de la política*. Santiago de Chile, Palinodia, 2005b.

RANCIÈRE, J. "Prólogo" en *El maestro ignorante*. Buenos Aires, Zorzal, 2007.

RED CIUDADANA 11-M, *Red ciudadana tras el 11-M. Cuando el sufrimiento no impide pensar ni actuar*. Madrid, Acuarela y Antonio Machado, 2008.

REVILLA BLANCO, M. (Ed) *Las ONG y la política*. Madrid, Itsmo, 2002.

REY, G. "Cultura y Desarrollo Humano: Unas relaciones que se trasladan" en *Pensar Iberoamérica. Revista de cultura*. nº0, OEI, 2002. [<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a04.htm>]

RICH, A. *Poemas*. Sevilla, Renacimiento, 2002.

RICOEUR, P. *Amor y justicia*. Madrid, Caparrós Editores, 1993.

RICOEUR, P. *Le juste*. Paris, Esprit, 1995a.

RICOEUR, P. *Teoría de la interpretación*. Madrid, Siglo XXI, 1995b.

RICOEUR, P. "Retórica, poética y hermenéutica" en ARANZUEQUE, G. (Ed) *Horizontes del relato. Lecturas y conversaciones con Paul Ricoeur*. Madrid, Universidad Autónoma, 1997. Págs.79-90.

RICOEUR, P. *El discurso de la acción*. Madrid, Cátedra, 1998.

RICOEUR, P. *Historia y narratividad*. Barcelona, Paidós, 1999.

RICOEUR, P. "Narratividad, fenomenología y hermenéutica" en *Análisi*. nº25, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 2000. Págs.189-207.

RICOEUR, P. "Ética y moral" en GÓMEZ, C. (Ed) *Doce textos fundamentales de la Ética del siglo XX*. Madrid, Alianza, 2003. Págs.241-255.

RIECHMANN, J. "Hacia un marco teórico para el estudio de los nuevos movimientos sociales" en RIECHMANN, J. ; FERNANDEZ BUEY, F. *Redes que dan libertad: introducción a los nuevos movimientos sociales*. Barcelona, Paidós, 1994. Págs.15-45.

RIEFF, D. *Una cama por una noche. El humanitarismo en crisis*. Madrid, Taurus, 2003.

RILEY, D. *Impersonal Passion. Language as affect*. London, Duke University Press, 2006.

RIST, G. *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Madrid, Los libros de la Catarata-IUDC, 2002.

RIVAS, A.M. *Voluntariado, sociedad civil y militancia*. Salamanca, Acción cultural cristiana, 2002.

RODRIGUEZ, R. ; MORA, K. *Frankenstein y el cirujano plástico. Una guía multimedia de semiótica de la publicidad*. Alicante, Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2002.

ROMERO, C. "Los desplazamientos de la "raza"" en *Política y Sociedad*. nº40, Madrid, Universidad Complutense, 2003.

ROMERO BACHILLER, C. ; GARCÍA DAUDER, S. "Rompiendo viejos dualismos: de las (im)posibilidad de la articulación" en *Athenea Digital*. nº2, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 2002.

ROMERO BACHILLER, C. "Bodies in the making: migrant women in Embajadores (Madrid)" en *Gender and Power in the New Europe, 5th European Feminist Research Conference*. Sweden, Lund University, 2003.

ROMERO BACHILLER, C. "Los desplazamientos de la raza. De una invención política y la materialidad de sus efectos" en *Política y Sociedad*. Vol.40 nº1, Madrid, Universidad Complutense, 2003. Págs.111-128.

RORTY, R., R. *Contingencia, ironía y solidaridad*. Barcelona, Paidós, 1991.

ROUSSEAU, J. J *Del contrato social – Discursos*. Madrid, Alianza, 1998.

SACHS, W. (Ed) *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*. Peru, PRATEC, 1996.

SADABA, J. "La mirada interior. Los sentimientos morales" en SÁNCHEZ ZAMORANO, P. (Ed) *Cuaderno Gris. Los sentimientos morales*. nº7, Madrid, Universidad Autónoma, 2003.

SÁENZ DE MIERA, A. *El azul del puzle. La identidad del tercer sector*. Barcelona, Ediciones Nobel, 2000.

SAID, E. *Orientalismo*. Barcelona, DeBolsillo, 2003.

SAIZ ECHEZARRETA, V. "Disposiciones emocionales en las fronteras de la comunicación intercultural" en VALBUENA, F. *Eric Berne. Teórico de la comunicación*. Madrid, Edipo, 2006. Págs.335-348.

SAIZ ECHEZARRETA, V. "Una construcción "solidaria" de la subalternidad: mujeres en la publicidad de las ONGD" en SANCHEZ-LEYVA, M.J. ; REIGADA, A. (Eds) *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla, Comunicación Social, 2007.

SAIZ ECHEZARRETA, V. ; SANCHEZ LEYVA, M.J. ; FOUCE, H. "Latinoamericanas en España: encarnación de un estereotipo ambivalente" en RODRIGUEZ, I. ; MARTÍNEZ, J. (Coords)

*Postcolonialidades históricas: (in)visibilidades hispanoamericanas / colonialismos ibéricos.* Barcelona, Anthropos, 2008. Págs.169-188.

SAIZ ECHEZARRETA, V. "Resolución de la distancia moral a través de la mediación experta de las ONGD" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol.13 Madrid, Universidad Complutense, 2008. Págs.79-106.

SAMPEDRO, J.L. ; BERZOSA, C. *Conciencia del Subdesarrollo*. Madrid, Taurus, 1996.

SÁNCHEZ CORRAL, L. *Retórica y sintaxis de la publicidad.Itinerarios de la persuasión*. Córdoba, Universidad de Córdoba, 1991.

SÁNCHEZ CORRAL, L. *Semiótica de la publicidad. Narración y discurso*. Madrid, Síntesis, 1997.

SÁNCHEZ ZAMORANO, P. (Ed) *Cuaderno Gris. Los sentimientos morales*. nº7, Madrid, Universidad Autónoma, 2003.

SANCHEZ-LEYVA, M.J. "Intertextualidad e inferencia como dispositivos de lectura, un ejemplo del discurso publicitario (Ponencia)" en *Semiótica discursiva. Leer la cultura de masas*. Madrid, Casa Encendida, 2005.

SANCHEZ-LEYVA, M.J. "El instante en que un sentimiento penetra el cuerpo es político" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol 12. Madrid, Universidad Complutense, 2007. Págs 185-197.

SANCHEZ-LEYVA, M.J. *La construcción discursiva del espacio público: sentido, argumentación y consenso (Tesis Doctoral)*. Madrid, Universidad Complutense, 2003.

SANCHEZ-LEYVA, M.J. "Voz Traducción" en *Diccionario de Relaciones Interculturales*. Madrid, Editorial Complutense, 2007.

SANDOVAL, C. "Theorizing white consciousness for a Post-Empire World: Barthes, Fanon and the Rethoric of Love" en FRANKIENBERG, R. (Ed) *Displacing whiteness*. Durham-London, Duke University Press, 1997. Págs.86-106.

SARTRE, J.P. *Bosquejo para una teoría de las emociones*. Madrid, Alianza, 1983.

SAUSSURE, F. *Curso de lingüística general*. Madrid, Akal, 1980.

SCHAEFFER, J.M. *La imagen precaria.El dispositivo fotográfico*. Madrid, Cátedra, 1990.

SCHAEFFER, J.M. *¿Por qué la ficción?*. Toledo, Lengua de trapo, 2002.

SCHRIFT, A. *The logic of the gift: toward an ethic of generosity*. London, Routledge, 1997.

SCOTT, J.W. "La experiencia como prueba" en CARBONELL, N. ; TORRAS, M. (Comps) *Feminismos literarios*. Madrid, Arco Libros, 1991. Págs.77-112.

SEARLE, J.R. *Actos de habla*. Madrid, Cátedra, 1986.

- SEBASTIAN DE, L. *La Solidaridad*. Barcelona, Ariel, 2002.
- SEMPRINI, A. *El marketing de la marca. Una aproximación semiótica*. Barcelona, Paidós, 1995.
- SEN, A. "Cultura, libertad e independencia" en VV.AA, *Informe mundial sobre la cultura. Cultura, creatividad y mercados*. UNESCO, 1999.
- SEN, A. "Las distintas caras de la pobreza" en *Revista Unión*. 2000.
- SEN, A. *Development as freedom*. Oxford, Oxford University Press, 2001.
- SENNET, R. *El declive del hombre público*. Barcelona, Península, 2002.
- SENNET, R. *El respeto. Sobre la dignidad del hombre en un mundo en desigualdad*. Barcelona, Anagrama, 2003.
- SEOANE PINILLA, J. *Del sentido moral a la moral sentimental. El origen sentimental de la identidad y ciudadanía democrática*. Madrid, Siglo XXI, 2004.
- SILVERSTONE, R. *Media and morality: on the rise of the mediapolis*. London, Polity Press, 2008.
- SIMMEL, G. *Sociología Vol. I y Vol.II. Estudios sobre las formas de socialización*. Madrid, Revista de Occidente, 1986.
- SMITH, A. *Teoría de los sentimientos morales*. Mexico, Fondo de Cultura Económica, 1978.
- SMITH, A. *Teoría de los sentimientos morales*. Madrid, Alianza, 2004.
- SOGGE, D. *Dar y tomar*. Barcelona, Icaria, 2002.
- SONTAG, S. *La enfermedad y sus metáforas*. Madrid, Taurus, 1996.
- SONTAG, S. *Ante el dolor de los demás*. Madrid, Alfaguara, 2003.
- SPINOZA, B. *Ética demostrada según el orden geométrico*. Madrid, Alianza, 2004.
- SPIVAK, G.C. *In other worlds. Essays in cultural politics*. New York, Methuen, 1987.
- SPIVAK, G.C. *A Critique of Postcolonial Reason*. London, Harvard University Press, 1999.
- SPIVAK, G. "Can the Subaltern Speak?" en WILLIAMS, P. ; CHRISMAN, L. *Colonial Discourse and Postcolonial Theory. A reader*. New York, Columbia University Press, 2004.
- STOLKE, V. "La nueva retórica de la exclusión en Europa" en *The International Social Science Journal*. nº159, UNESCO, 1999.
- TAYLOR, C. "La compasión" en SÁNCHEZ ZAMORANO, P. (Ed) *Cuaderno Gris. Los sentimientos morales*. nº7, Madrid, Universidad Autónoma, 2003. Págs.249-260.

THOMPSON, J.B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 1998.

TOCQUEVILLE, A. *La democracia en América*. Madrid, Guadarrama, 1969.

TOMASSELLI, K. "El "Otro" en el cine: tribus y tribalismo" en *Miradas*. nº7, 2004.

TORDESILLAS, M. "Últimas tendencias en lingüística francesa" en *La linguistique française: bilan et perspectives á la fin du XXème siècle*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza, 1994. Págs.351-329.

VALDECANTOS, A. "Emociones Responsables" en *Isegoria*. Vol.25 CISC, 2001. Págs.63-90.

VASILACHI DE GIALDINO, I. *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*. Barcelona, Gedisa, 2003.

VEGA, C. "Miradas sobre la otra mujer en el cine etnográfico" en *Gazeta de Antropología*. nº16, Granada, Universidad de Granada, 2000. [[http://www.ugr.es/~pwlac/G16\\_07Cristina\\_Vega\\_Solis.html#Abstract](http://www.ugr.es/~pwlac/G16_07Cristina_Vega_Solis.html#Abstract)]

VERON, E. *La semiosis social*. Barcelona, Gedisa, 1996.

VAN DIJK, TA. *La ciencia del texto*. Barcelona, Paidos, 1983.

VAN DIJK, TA. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información..* Barcelona, Paidos, 1990.

VAN DIJK, TA. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona, Paidos, 1997.

VIGIL RUBIO, J. *Diccionario razonado de vicios, pecados y enfermedades morales*. Madrid, Alianza, 1999.

VIOLI, P. *El infinito singular*. Madrid, Catedra, 1991.

VIRNO, P. *Gramática de la multitud*. Madrid, Traficantes de sueños, 2003.

VOLOSHINOV, V.N. *El marxismo y la filosofía del lenguaje..* Madrid, Alianza, 1992.

VVAA, *Revista de Occidente. El consumo: Perspectivas económicas y sociales*. nº162, Madrid, 1994.

VVAA, *Cooperación para el desarrollo y ONG. Una visión crítica*. Madrid, Catarata, 2001.

VVAA, *Estudios postcoloniales. Ensayos Fundamentales*. Madrid, Traficantes de sueños, 2008.

WALTZLAWICK, P. ; BEAVIN, J.H. ; JACKSON, D.D. *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías, y paradojas*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1971.

WEBER, M. *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires, Paidós, 1971.



WEST, C. *La evasión americana de la filosofía. Una genealogía del pragmatismo*. Madrid, Editorial Complutense, 2008.

WILLIAMS, R. *Marxismo y literatura*. Barcelona, Península, 1980.

WILLIAMS, R. (Ed) *Historia de la comunicación. Vol.2: De la imprenta a nuestros días*. Barcelona, Bosch, 1992.

WILLIAMS, R. (Ed) *Historia de la comunicación. Vol.1: Del lenguaje a la escritura*. Barcelona, Bosch, 1992.

WILLIAMSON, J. *Decoding Advertising: Ideology and meaning in Advertising*. Londres, Marion Boyars, 1983.

WILLIAMSON, J. *Consuming passions*. London, Marion Boyards, 1986.

WITTGENSTEIN, L. *Investigaciones Filosóficas*. Barcelona, Altaya, 1999.

WITTGENSTEIN, L. "Conferencia sobre ética" en GÓMEZ, C. (Ed) *Doce textos fundamentales de la Ética del siglo XX*. Madrid, Alianza, 2003. Págs.112-122.

WOLF, M. *Sociología de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra, 1982.

WOLF, M. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1987.

WOLF, M. *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, Paidós, 1987.

WOLLHEIM, R. *Sobre las emociones*. Madrid, La balsa de la Medusa, 2006.

WOLTON, D. *Elogio del gran público*. Barcelona, Gedisa, 1995.

WOUTER, C. "Sobre la sociogénesis de una tercera naturaleza en la civilización de las emociones" en WEILER, V. (Comp) *Figuraciones en Proceso*. Santa Fé de Bogotá, Utópica Ediciones, 1998.

WUTHNOW, R. *Actos de compasión. Cuidar de los demás y ayudarse a uno mismo*. Madrid, Alianza, 1996.

YOUNG, I. M. "Los grupos sociales en la democracia asociativa" en *Zona abierta*. nº84-85, 1998. Págs.167-218.

YOUNG, I.M. *La justicia y la política de la diferencia*. Madrid, Cátedra, 2000.

YOUNG, I.M. *Inclusion and Democracy*. Oxford, Oxford University Press, 2000.

YOUNG, I.M. "Activist challenges to deliberative democracy" en *Political Theory*. Vol.29 nº5, London, SAGE, 2001. Págs.670-690.

YOUNG, R. *Postcolonialism. An historical introduction*. Oxford, Blackwell Publishers, 2001.

ZAPATA-BARRERO, R. "Los contextos históricos de la noción de ciudadanía: inclusión y exclusión en perspectiva" en *Revista Anthropos*. nº191, Barcelona, 2001. Págs.23-40.

ZEUSKE, M. "Estructuras e identidad en la segunda esclavitud: el caso cubano 1800-1940" en *Historia Crítica*. Vol.24 2002. [[http://historiacritica.uniandes.edu.co/html/24/art\\_zeuske.html](http://historiacritica.uniandes.edu.co/html/24/art_zeuske.html)]

ZIZEK, S. *El sublime objeto de la Ideología*. Madrid, Siglo XXI, 1992.

ZIZEK, S. ; JAMESON, F. *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo..* Barcelona, Paidós, 1998.

ZIZEK, S. *El sujeto interpasivo*. 1998. [<http://es.geocities.com/zizekencastellano/index.htm>]

ZIZEK, S. *Los órganos sin cuerpo de Hitchcock*. Buenos Aires, Museo de Arte Latinoamericano, 2003. [<http://www.lacan.com/zizek-hitchcock.htm>]

# Catálogo



# Catálogo

## Acción contra el hambre

- 1999
- No morir de hambre es el principal derecho del hombre  
Hay gente que no podría vivir sin publicidad  
Hay gente que necesita la publicidad como el comer
- 2000
- Si quieres luchar contra el hambre puedes  
Necesitamos plantar estos árboles en Nicaragua, Bosnia, Angola, Zaire, Somalia, Liberia...  
Este árbol cree en las condiciones más adversas  
Sierra Leona se desangra. Miles de víctimas inocentes necesitan tu ayuda urgente  
Contra el hambre toma medidas  
Leila. Leila 3.000 pesetas más tarde.
- 2002
- 22 de Marzo 2002. Día mundial del agua  
22 de Marzo Día mundial del agua.
- 2003
- Si lo que pasa en África Austral pasase aquí, una de cada tres personas que conoces podría morir de hambre durante los próximos meses. Necesitamos tu ayuda.
- 2004
- Tu pqñeeo efurszeo pdue ayduar a pnoer en ordne la vdia de las vtmctias de gerrua  
13 millones de personas podrían morir de hambre en África Austral. Y lo que lees hoy aquí lo leerás en la primera página.  
Cuando ocurre una catástrofe, el agua puede empeorarla
- 2005
- Más de 3,5 millones de personas en Mali y Níger están siendo víctimas del hambre producida por la sequía y la plaga de langostas  
En la guerra lo único seguro es absolutamente nada
- 2007
- Existe el instinto de dar de comer. ¿No lo sientes?  
20 euros han sido suficientes para devolverle la esperanza de vida a Koubel Dibrilla

- 2007 Felicitaciones de Navidad. Exclusivas para empresas
- 2008 Lo que de verdad les hace ilusión a muchos niños es que no se convierta en nada
- 2009 *No hunger*. Haz que esta se convierta en la nueva película de Al Gore

## ACNUR

- 2000 Para 27 millones de refugiados esto es lo más parecido a un hogar  
Emergencia: África  
Kosovo. Necesita ayuda urgente.
- 2001 Este es un buen escondite. ¿Dónde estarán mis padres? Existen más de 22 millones de refugiados en el mundo. Ayúdalos
- 2002 Ayudamos a los refugiados. Ayúdanos tu  
NO  
Obligados a dejar sus trabajos, sus casas, sus familias, su país. A diario miles de personas se ven obligadas a dejarlo todo y a huir por miedo a ser perseguidos, e incluso asesinados por sus ideas políticas, raza, religión o grupo social.
- 2003 Devuélveles la esperanza
- 2004 Emergencia en Afganistán millones de mujeres y niños necesitan tu ayuda. Rompe tu silencio  
Liberia: Sólo esperan sobrevivir. ¿Tú, que esperas?
- 2005 Valor. Se necesita valor para ser refugiado
- 2006 ¿Dónde está el refugiado?  
Esperanza  
¿Cómo te sentirías?  
¿Qué falta aquí?  
¿Cuál es la diferencia?  
Espero que nunca, nunca tenga que huir de nuevo
- 2007 Dignidad. 20 de Junio Día Mundial del Refugiado

Con ACNUR ayudas a construir el futuro de un refugiado

## ACSUR

2002

Por una ciudadanía activa y solidaridad. Tomamos la palabra  
La solidaridad por encima de todo

2009

Internacionalista Ciudadana Participativa Política En los movimientos  
sociales Feminista En red

## Amnistía Internacional

1998

En África hay una ley no escrita que impone la igualdad entre los  
sexos. Como el hombre, la mujer no debe tener clítoris

1999

Para cambiar el final de una noticia, se necesita ocupar una posición  
de poder. Como fontanero, traductora, estudiante, vendedor,  
Si quieres parar la pena de muerte. Empieza descolgando el teléfono

2000

Ayúdanos a hacer justicia  
Miles de personas están detenidas en las cárceles chinas sólo por  
sus ideas políticas. ¡A ti que te importa! Si te importa hazte socio

2001

Gracias a nuestros socios, personas como tú, cada vez más  
responsables de las violaciones de derechos humanos rinden  
cuentas a la justicia. Ayúdanos a ser aún más eficaces. Asóciate.

2002

Niños de otros países. Con la colección *killer colors* aprenderás  
muchas cosas nuevas  
¿Quieres que esta mujer siga viviendo? El 18 de marzo tenemos una  
oportunidad para salvar a Safiya  
Ponte en su piel

2003

Si una bomba cayera aquí sería un daño colateral. En Irak las bombas  
caen sobre personas  
Si no puedes imaginar lo que es ser torturado. Piensa en este objeto  
acercándose a tu piel  
Quiero hacer algo más a favor de los presos de conciencia  
Ponte en su piel. Campaña contra los malos tratos por motivos



Caso archivado. Nombre: Rita R.M. Nacionalidad: brasileña. Caso nº 157 Violada en una comisaría española

Ayúdanos a acabar con la tortura

2004

Niños soldado. Si tú no haces algo, otros lo harán

Amnistía internacional trabaja para conseguir la erradicación de la tortura y otros tratos crueles a los presos

Con tu ayuda seguiremos mostrando la verdad

2005

La homofobia arruina vidas. No lo permitas. El mundo no es de color de rosa

De las palabras a la acción. Acaba con la violencia contra la mujer

2006

México, Guatemala, El salvador Sin protección ni justicia. Mujeres brutalmente asesinadas siguiendo un mismo patrón. Mujeres jóvenes, degolladas, mutiladas, violadas

2007

No podemos seguir siendo el país que más personas ejecuta en el Guantánamo es ilegal tenemos que cerrarlo cuanto antes

Ninguna mujer volverá a ser lapidada en mi país

Nadie morirá en mi país por usar el derecho a la libertad de expresión

Un grito de protesta puede acabar con mil gritos de dolor

2008

Si nadie dice nada es como si no existiera

Nos faltan manos como las tuyas para erradicar la pena de muerte. Tráenos las de un amigo o una amiga

Tú has hecho cosas que debería haber hecho cualquier gobierno. Así que pide que te devuelvan tu dinero

No permitas que tus ideas se apaguen

## AMREF

2000

La historia está llena de hombres negros que han alcanzado la gloria volando. Casualmente, la mayoría se llaman *Flying Doctors*

Es verdad que los africanos son grandes corredores. Esta mujer tiene media hora para salvar una vida

2005

La ceguera de los pobres. *Chlamydia Trachomatis*

2008

50 años mejorando la salud en África

Trabajamos para que la salud se quede en África. Por ejemplo, formando futuros profesionales sanitarios

2009

Descubre la ruta de las enfermedades. AMREF hace este viaje por ti, con millones de africanos cada día. Ayúdanos

## Anesvad

1998

Llevamos treinta años luchando contra la lepra, pidiéndote ayuda sin obtener respuesta. ¿Te lo tiene que pedir alguien como ella para que reacciones?

1999

Puedes elegir entre luchar contra la ulcera ahora o esperar a que dentro de un mes desaparezca el problema

2000

Aquí podemos leer que, tras vencer a la ulcera de buruli, Germain tendrá una vida larga y se casará dos veces. Y aquí, que Sahid estuvo enfermo de la Ulcera de Buruli y la ayuda no llegó a tiempo

Esta niña tiene suerte porque...no acabará como su hermana pheng en un prostíbulo

Ayúdanos a conseguir que seas el último occidental que pone las manos encima de Pheng

2001

Ulcera de Buruli. Progresividad

2002

Los enfermos de lepra de Brasil te están pidiendo ayuda. Reacciona no les des la espalda

2003

Seguimos esperando tu ayuda.

2005

Ayúdanos a que miles de niñas en el sudeste asiático no tengan miedo. Hazte socio de Anesvad para luchar contra la explotación

2006

Ayúdanos a evitar que esta niña sea cambiada por un televisor

2007

Solo un pueblo sano puede luchar por su propio desarrollo, uno enfermo está abocado a la pobreza. Ayúdanos a cambiar esa realidad

El trabajo sexual es un destino marcado para muchas niñas del sudeste asiático. Ayúdanos a cambiar esa realidad

Ayúdanos a detectar la lepra en los niños y niñas y serán adultos sin Secuelas

## Ayuda en Acción

- 1983  
Regálale una vida. Hay regalos que no se olvidan jamás: ni por quien los recibe, ni sobre todo, por quien los hace
- 1988  
Ya tengo padrino. Ya no pasaré hambre y podré ir a la escuela en vez de trabajar todo el día  
Bríndales una oportunidad de futuro. Por 60 pesetas al día puedes contribuir a crear un proyecto agrícola, de educación o de sanidad, en alguna de las comunidades necesitadas del tercer mundo
- 1990  
Te necesito. Y tú puedes ayudarme a construir mi futuro. Si me apadrinas contribuirás a mejorar mi vida y la de mi comunidad. Sólo te cuesta 70 Ptas. Al día. Ponte en acción
- 1995  
Piénsalo bien, para apadrinar a este niño tienes tiempo.  
Exactamente tres segundos. En el Tercer Mundo muere un niño cada
- 1996  
Si estás harto de ver imágenes como ésta. Envíanos un cupón como
- 1997  
Para estos niños vivir es una lotería. Tanto que su suerte también depende de un cupón  
Practica aquí el ejercicio más sano para tu corazón
- 1998  
El Tercer Mundo está desapareciendo. Enhorabuena
- 1999  
Aquí tienes unas cuantas excusas para no apadrinar un niño del Tercer Mundo
- 2000  
Piensa como newton pero nunca llegará a serlo  
Que podemos mostrarte que no hayas visto ya. Mozambique necesita tu ayuda  
¿Existiría si Edison hubiera nacido en una chabola? En Ayuda en Acción trabajamos para cambiar esta realidad
- 2001  
Niña Perdida.  
Niño Perdido
- 2002  
Colabora con los que ayudan desde el principio hasta el final

- 2003  
Hoy El Salvador necesita urgentemente tu ayuda. Mañana seguiremos colaborando con ellos
- 2004  
Descubre la cara de la solidaridad. Apadrina ahora  
Mira detenidamente este número. ¿Sientes algo especial? Pues miles de niños del tercer mundo cambian su vida gracias a él.
- 2005  
Miles de niños necesitan tu ayuda. Con sólo 0,70 euros al día un niño y toda su comunidad tendrán oportunidad de mejorar su futuro gracias a ti. Apadrina ahora  
Después de muchos años buscando la causa más importante del sufrimiento infantil en el planeta la hemos descubierto. Se llama indiferencia  
Pilar ha hecho ya su propósito para el 2006. Nisha ha sido apadrinada hoy...Gracias Pilar. Tú también te puedes proponer Stop SIDA. Que el SIDA desaparezca para que aparezca AFRICA
- 2006  
Apadrina un niño y participa en el desarrollo de su comunidad. Contribuirás a su propio desarrollo  
Apadrina un niño. Tu ayuda puede cambiar su futuro
- 2007  
Bienvenido el incrédulo. Apadrina un niño y contribuirás al desarrollo de su comunidad  
Bienvenido la soñadora. Apadrina un niño y contribuirás al desarrollo de su comunidad
- 2007  
Bienvenida la inconformista. Apadrina un niño y contribuirás al desarrollo de su comunidad
- 2008  
Lo que necesitan urgentemente no son unos zapatos. Ayúdales a resolver su necesidad más urgente tener una vida digna

## Ayudemos a un niño

- 2003  
Apadrina un niño. Por solo 0,66 euros por día. El te necesita  
Mejorar el mundo está en tus manos.

## Campaña colectiva

- 1998  
(Intermón, Amnistía Internacional, Greenpeace, MSF) Hay secretos que matan
- 1999  
(Cruz Roja, Anesvad, Cáritas, Ayuda en Acción, MSF, Médicos del mundo, AEI, UNICEF, MPDL, Manos Unidas) El Mitch se ha ido. Nosotros no. Sigue enviando tu ayuda a Centroamérica
- 2002  
(Cruz Roja, Intermón Oxfam y Médicos Sin Fronteras) Juntos por África. Qué puedes hacer tu para darle el mejor final a la Peseta
- 2004  
(Intermón-Oxfam, Setem y CCOO) ¿Espíritu olímpico? Juega limpio en las olimpiadas
- 2005  
(Adiós a las armas, Amnistía Internacional, Intermón Oxfam, IANSA)  
En un mundo lleno de armas las mujeres pagan un precio muy alto  
  
(Adiós a las armas, Amnistía Internacional, Intermón Oxfam, IANSA)  
El comercio de armas está fuera de control. Actúa. Durante el próximo minuto una persona morirá víctima de la violencia armada. Más de medio millón muere cada año
- 2006  
(Save the Children, Médicos del Mundo y Acción contra el hambre)  
Juntos mejor  
  
(Cáritas, CONFER, Manos Unidas, Justicia y Paz, REDES) Sin duda sin deuda  
  
(Campaña por la abolición de la deuda externa) ¿Quién debe a quien? Engáñame. Explótame
- 2007  
(Plataforma 2015 y más) Ya es hora de cumplir.  
(Amnistía Internacional, Intermón Oxfam, Greenpeace) Comercio de armas en España: Una ley con agujeros
- 2008  
(Entreculturas y Cruz Roja) Al móvil que ya no usas le queda mucha vida. Dónalo  
  
(Campaña Mundial por la Educación) ¡Únete por el derecho a la educación ya!  
  
(Ayuda en Acción, Entreculturas e Interred) Muévete por la igualdad es de justicia. Igualdad por derecho propio  
  
(Alianza contra la pobreza) "Antes del 2015 terminamos con el hambre". Una promesa no alimenta. Manifiéstate y exige que se

2009

(Ayuda en Acción, Entreculturas e Interred) ¿De verdad sabes como viven las mujeres? En ningún lugar del mundo las mujeres y los hombres disfrutan de los mismos derechos y oportunidades

## Cáritas

1981

Solidaridad: la única energía que puede transformar el mundo

1983

Tienes que compartir. Tiempo y dinero. Cambia tu forma de vivir

1991

Hay muchas pobrezas. Hay muchos bienes. Trabajemos por la justicia

1993

Sé solidario. La única manera

1994

Sólo eres solidario si compartes. Comparte

1995

¿Eres tolerante? ¿Eres solidario?

1996

Cuanto más das, más tienes

1997

Si eres solidario cumples. Hoy, cumples

1998

La solidaridad da sentido a tu vida. Prácticala

1999

Tu solidaridad es su voz. Se solidario

2000

el mensaje conDONACIÓN. La respuesta tu APORTACIÓN

2001

De ti depende que tengan un sitio en tu mesa

El Salvador una sacudida a tu solidaridad

2002

Gracias por acogerme/compartir/aceptarme

2003

Podrías ser tú. La exclusión nos excluye a todos

2004

Ricos? Pobres? La pobreza es una realidad cada día más cercana, una realidad cada día más difusa

## CEAR

- 2002  
Ayúdales podrían ser tu padre o tu hermano
- 2004  
Por favor, señor cartero indique con una X la causa de la devolución.  
Dirección desconocida
- 2009  
Acércate. Si quieres ser voluntario, voluntaria. Participa en la transformación de un mundo más justo

## Codespa

- 1999  
En Venezuela 30.000 personas ya no necesitan tu ayuda. Pero los supervivientes te la están PIDIENDO A GRITOS
- 2000  
Colabora con Codespa. Trabajamos para que las personas más desfavorecidas del tercer mundo obtengan los medios necesarios para convertirse en autosuficientes  
Tenemos la solución para los problemas de desnutrición en el tercer mundo: más hierro

## Codespa

- 2003  
La vida puede ser muy dura sin educación. Sobre todo si vives en Colombia. Drogas, violencia, prostitución. No lo permitas
- 2003  
Si no haces nada por su educación, alguien lo hará
- 2008  
En Codespa no enviamos comida al Tercer Mundo. Enviamos los recursos para que puedan producirla

## CONGDE

- 2000  
Tenemos un proyecto en común. Colabora con las ONGD  
Seamos realistas. Colabora con las ONGD
- 2003



- Si no estás a favor, estás en contra. 0,7%
- 2004 Candidata al 0,7. Toma partido por el 0,7. Para que la ayuda al desarrollo sea mayor y mejor. Vota por ellos.
- 2005 Contra la pobreza. ¡Presiona!
- 2008 Tú puedes ser la voz de los que nadie escucha. 3 mil millones de personas en el mundo son pobres. Exige una respuesta política. Pobreza cero. Presiona
- Una promesa no alimenta. Este año hay 50 millones de personas más con hambre. Manifiéstate y exige a los líderes políticos que cumplan los Objetivos del Milenio acordados en la ONU en el año 2000

## Coprodeli

- 2000 ¿Tiene algún motivo para no ayudar a esta niña? Se necesitan padrinos. En Perú miles de niños viven en situación de alto riesgo y extrema pobreza. ¡Ayúdanos a ayudar!

## Cruz Roja

- 2000 El Salvador vuelve a temblar. Hoy más que nunca te necesitan
- 2001 Tu ayuda no tiene fronteras
- Este es el sueño de una persona. Y esta la pesadilla de miles. Un terremoto ha asolado El Salvador. Necesitan tu ayuda
- 2002 Te necesitan para vivir. Hazte socio
- A tu lado hay personas que necesitan jugar, hablar, aprender, creer en sí mismas, compartir, vivir. Ser socio de Cruz Roja es hacer posible que cada vez más personas, tengan toda la ayuda que necesitan y puedan soñar con un futuro el suyo.
- 2004 Reconstruyamos Irán, porque hay muchas personas que han
- Emergencia huracanes en el Caribe. Hoy más que nunca necesitan tu ayuda. Colabora
- 2005 Ayudemos a los supervivientes del sureste asiático a reconstruir su
- Ayudemos a los supervivientes del sudeste asiático a reconstruir su

Más allá de nuestras fronteras, un compromiso solidario  
 Humanidad Imparcialidad Neutralidad Independencia Voluntariado  
 Unidad Universalidad  
 Para actuar con la mayor rapidez donde nos necesitan, colabora con  
 el fondo de emergencia de Cruz Roja

2006

Ser socio de Cruz Roja se lleva en la piel  
 Donde quiera que haya un positivo, hay un positivo  
*Where ever there is a negative. There is a positive.* Spanish Red Cross  
 Yo formo parte, tú formas parte, ella forma parte

## Educación Sin Fronteras

2000

Educación, sensibilización, acción  
 ¿Qué puedes hacer desde la educación para conseguir un mundo  
 más justo?

2007

Voy a cambiar el mundo, hagámoslo juntos. Hazte socio /a

## Entreculturas

2001

Tu nunca imaginaste que 125 millones de niños en el mundo no  
 están escolarizados. Colabora con nosotros.

2002

Con tu colaboración ayudas a que muchos niños tengan una  
 educación. Educar es dar oportunidades

2003

125 millones de niños en el mundo no saben escribir su  
 nombre. Educar es dar oportunidades  
 Juntos Apostamos por la educación, trabajamos para la justicia

2004

Más de mil millones de personas en el mundo son jóvenes. La  
 mayoría viven en países del sur y como tú expresan sus ideas.  
 Acércate, escucha lo que tiene que decirte. Tú también puedes ser

2006

Aquí falta un colegio. El hambre, la guerra y el desplazamiento  
 forzoso dejan a millones de niños y niñas africanos sin colegio. Con  
 tu colaboración trabajamos para que ese derecho sea una realidad

2007

- 2009
- Díselo a todo el mundo. La pobreza es una falta de educación
- Queremos sacar a la luz a los refugiados en la sombra. Son 100.000 desplazados de Zimbabue no reconocidos como refugiados....No existen para nadie. Es urgente que tengan comida, vivienda, escuelas...Colabora ¡te necesitan!
- En algunos países estar en clase es no estar en la guerra.  
Entreculturas. Escuelas que cambian el mundo

## Familias Unidas

- 2004
- Apadrina por sólo 0,6 euros/día un niño del Tercer Mundo
- 2005
- 902162016 Se busca...tu colaboración
- ¿Qué harías, qué le dirías, qué te lo impide? Yo colaboro, ¿y tú?

## Fundación IUVE

- 2001
- Únete a Lazos y Apadrina un niño. ¡Para que puedan ir al cole!
- 2002
- Porque lo que no se da,...se pierde. CD del Voluntariado. Lo que necesitas para ser voluntario
- 2003
- 1 Kilo de ayuda. ¡¡¡¡Para que no les falte!!!
- 2007
- 1 Kilo de ayuda. Llévame contigo.

## Global Humanitaria

- 2003
- Mil razones para una sonrisa. Apadrina a un niño
- 2007
- Qué show hay que montar para que apadrines un niño. Hazlo con Global Humanitaria o con quien quieras, pero hazlo
- ¿Qué show hay que montar para que tú apadrines un niño? Hazlo con Global Humanitaria o con quien tú quieras, pero hazlo

## Infancia Sin Fronteras

- 2000  
¿Quieres practicar el ejercicio más sano para el corazón? Apadrina un niño del Tercer Mundo son sólo 50 pesetas diarias. ¿Te parece
- 2001  
S.O.S Kosovo. Mas de 500.000 mujeres, niños y ancianos necesitan tu
- 2005  
No te olvides. Su futuro, depende de ti. Por sólo 60 céntimos al día, conseguiremos que un niño de Sri Lanka reciba diariamente comida, servicio médico y educación

## Ingeniería Sin Fronteras

- 2008  
Por una tecnología al servicio del Desarrollo Humano  
¿Cómo contribuir a aumentar el acceso al agua potable entre la población rural de Tanzania?

## Intermón-Oxfam

- 1999  
¿Por qué siempre llueve sobre mojado? Hace un año el Mitch. Ahora las lluvias  
Intermón quiere que sepas a donde va tu ayuda
- 2000  
Un día para la Esperanza. Ven a la fiesta de la solidaridad.  
Rompamos el círculo de la pobreza  
Compartimos progreso  
¿Quién tiene más derechos? El derecho de todas las personas a una vida digna, también depende de ti  
Trabajamos por su derecho a una vida digna. Gracias a ti, podemos ayudar a las personas de los países más pobres a salir adelante por  
Las lluvias torrenciales han arrasado Mozambique. Ayúdanos a construir su mañana  
Tu donativo es la mejor semilla
- 2001  
Hambre en Centroamérica. Necesitan tu apoyo  
Tú y ella podéis tener mucho en común  
4 millones de desplazados y refugiados. Afganistán. Necesitan tu

- Compra con cabeza. ¿Sabes lo que compras? Yo compro comercio justo. Yo ayuda a cambiar el mundo
- 2003
- Si no hiciera más por los que menos tienen, no sería IO. Intermón Oxfam. Soy IO
- Dentro de ti hay solidaridad
- Dentro de este diario hay noticias. Dentro de la guerra, la pobreza o el hambre hay personas
- 2004
- ¿No te huele mal? Una flor cuesta 2 euros. La persona que la recolecta en el sur percibe menos de un céntimo. Ayúdanos a cambiar las reglas del comercio internacional
- Cuando acabes de leer esta noticia, Sudán tendrá nuevas víctimas. ¿Cuánto tiempo crees que pueden seguir esperando?
- Para uno. Para todo un pueblo. Para ayudar hoy. Para que algún día nadie necesite ayuda. Hazte Socio.
- ¿Sabes cuánto suman estas letras? Sumamos esfuerzos. Juntos combatimos la pobreza y la injusticia
- 2005
- ¿Hasta donde llegarán los líderes mundiales para conseguir un comercio con justicia?
- Después de la guerra, la esperanza de un futuro mejor. Tras la guerra hay que volver a empezar
- Gracias por sembrar la esperanza. Gracias a todos y cada uno de los más de 255.000 asistentes, a los más de 4.000 voluntarios, a los colaboradores, patrocinadores y medios de comunicación que hicieron posible la XI Fiesta de la Solidaridad
- Personas como tú. IO. Juntos combatimos la pobreza y la injusticia
- Cabra lista. Cabra tonta. Esta cabra alimenta a los 7 nietos de Mariata. También les da medicinas y lápices para el colegio. ¡Es una cabra muy inteligente!
- ¡Actúa! Para sacar a millones de personas de la pobreza. Únete a la campaña por un comercio con justicia. El comercio internacional condena a millones de personas a la pobreza. ¡Actúa! para cambiar unas reglas injustas
- Por el futuro de los pequeños agricultores. Las reglas del comercio mundial impiden a 900 millones de campesinos vivir dignamente de su trabajo. Ayudamos a cambiar esta injusticia.
- Pon tu granito. Siembra esperanza
- ¿Dónde va el dinero que pagas por tu café? 93% a las empresas cafeteras e intermediarios. 7% al campesino

- 2006
- Llega el agua naranja ¿te la beberías?
- 2007
- Tú haces posible que más personas tengan una vida mejor
- OMC. Las reglas que promueve son injustas. Esto da asco
- S.O.S: Huracán Noel en la República Dominicana. Para proveer agua potable y materiales para cubrir necesidades básicas, tu acción es vital. Si no actuara cuando más me necesitan, no sería IO
- ¿Cuánto crees que vale 1 hora de tu sueldo? ...Mira todo lo que puedes hacer con esa cantidad
- Estas Navidades sorprende con un regalo original
- Ven a vivir que estás haciendo en la República Dominicana
- 2008
- Celebra algo más que una boda con Intermón Oxfam
- 2008
- No quiere ser premio de fotoperiodismo. Quiere un mañana para su hijo. SOS Etiopía. Tu acción es vital
- Intermón Oxfam presenta los regalos más originales de la historia. Regala un *pelibuey* y haz historia
- Tú puedes cambiar el color del agua que bebe Sindu. Cambia su agua, cambia su vida. Gracias
- Las catástrofes no avisan. Es imprescindible que estemos preparados.

## Interred

- 2002
- 1992/2002 10 años. Interred. Red de intercambio y solidaridad
- 2005
- Educar a una mujer es educar a un pueblo. ¡Colabora para que todo cambie!
- 2009
- e+=C Educar sumando, la fórmula del cambio. La educación inclusiva motor del desarrollo humano

## Intervida

- 2001
- Depende de ti, su vida está en tus manos. Por solo 100 ptas./día apadrina un niño del tercer mundo.

2003	Dale un futuro a este niño. Por sólo 0,60 euros al día apadrina un niño del tercer mundo
2004	¿Qué ven sus ojos? Sus ojos ven futuro. Con sólo 0,70 euros al día ayudas a millones de personas. Apadrinar una vida Ni comida, ni educación, ni sanidad, ni futuro. Tener o no tener. Apadrina un niño
2005	Una de las principales causas de mortalidad infantil es el consumo de agua no potable. Tú puedes combatirla. Participa en esta maratón y haz realidad la potabilización de agua en las escuelas de Mali ¿Has pensado en todos? Seguro que sí. Regala un apadrinamiento. Convierte en padrino a alguien a quien quieres. Regálale un padrino a un niño que lo necesita. Son sólo 0,70 euros al día
2006	Apadrinamiento. Alimentación. Cuidados médicos. Ilusión. Sonrisas. Educación. Un futuro
2007	Mejora su vida y la tuya. ¡Apadrina! Menos de un euro, más de una vida Haz q 1 d tus sms sea solidario :-). Envía COLABORA seguido de un punto y tu nombre al 7200 y ayudarás a nuestra ONG Manifiéstate por un mundo mejor. ¿Quieres que hablen? Clica sobre ellos. Apadrina ahora
2009	¿Se puede cambiar su destino? Si. No. Descúbrelo

## Jóvenes del tercer mundo

2000	Entrega un mundo mejor a los jóvenes. Jóvenes profesionales ayudan a jóvenes necesitados en el Tercer Mundo. Cursos de formación acelerada ofrecen un tres meses a un joven un futuro digno. Un futuro
2001	Tienda su mano a un joven, construirá un mundo mejor. Ayúdeles a construir un mundo más justo. Dale una oportunidad hoy mismo
2002	Aquellos niños marginados son ahora jóvenes con futuro. Porque la educación es garantía de futuro



- Tus amigos no tienen porqué ser sólo los de clase.
- 2003
- + Educación. Mozambique, por ejemplo
- Nunca te pongas límites. Voluntariado...faltas tú Hay mucho por hacer. Sin ti, nada de esto sería posible. Te esperamos
- 2005
- Hay muchas cosas que nos gustaría contarte

## Manos Unidas

- 1982
- Ayúdanos a tener esperanza
- 1983
- Tu respuesta crea vida
- 1984
- Una esperanza para el mundo
- 1985
- El desarrollo libera al hombre
- 1986
- Combatir el hambre, tarea de todos
- 1987
- Colabora y siembra esperanza
- 1988
- Si tú quieres es posible
- 1989
- La solución está en compartir
- 1990
- Compartir es hacer justicia
- 1991
- Ser justo es comprometerse
- 1992
- La solidaridad. Nuestro mejor proyecto
- 1994
- Tu indiferencia te hace cómplice
- 1995
- Un solo mundo. Un proyecto común
- 1996
- Diversidad de culturas. Igualdad de derechos
- 1997
- Cambia tu vida para cambiar el mundo

1998	Invierte en justicia. Gana en solidaridad
1999	Hagamos del mundo la tierra de todos
2000	Arriésgate. Oye su voz Manos Unidas quiere acabar con estas formas de abuso. Ayúdanos a abolir la esclavitud
2000	Arriésgate oye su voz. Menores reclutados para ir a la guerra, mujeres explotadas sexualmente, niños obligados a trabajar en condiciones infrahumanas. ..Son sólo una parte de los 250 millones de personas que son utilizadas como objetos. Cambia tu vida para cambiar el mundo
2001	Si quieres la paz, defiende la justicia Si quieres la paz, defiende la justicia. Las injusticias de hoy son las guerras del mañana
2002	Los niños de sierra leona no van al colegio van a la guerra. Si quieres la paz rechaza la violencia Si quieres la paz, rechaza la violencia
2003	Manos Unidas. 43 años dándole la vuelta al mundo. (El mundo celebra la llegada del hombre a la luna. 1969. Manos Unidas trabaja ya en su proyecto número 100 para erradicar el hambre gracias a ti) El desarrollo camino para la paz
2004	Gracias...a todos los que hacen posible q el mundo cambie Cada minuto una mujer sufre explotación en Asia. El futuro del mundo es compromiso de todos El futuro del mundo. Compromiso de todos
2005	Norte-Sur. Un futuro común
2006	Otro mundo es posible. Depende de ti
2007	Unidos trabajaremos para dar una educación completa a los niños sin escolarizar que hay en el mundo. Sabes leer ellos no, podemos Sabes leer. Ellos no. Podemos cambiarlo
2008	Madres sanas. Derecho y esperanza

Seguro que sabes lo que se está haciendo. Millones de personas no pueden ni imaginarlo. Día internacional contra el hambre

2009

Combatir el hambre proyecto de todos

## Médicos del Mundo

2000

La sociedad. La epidemia. La ayuda humanitaria

Impreso para evitar una condena a muerte

2002

VI Premio Internacional Luis Valtueña Fotografía Humanitaria

2003

Necesitan tu ayuda y cuenta bancaria

Ayúdale a encontrar (una forma de evitar el contagio del VIH-SIDA).

Dibuja su hospital uniendo los puntos. Ayúdale a llegar hasta sus medicamentos. Solución Médicos del Mundo

Quiero colaborar con Médicos del Mundo. Médicos del Mundo es una Organización No Gubernamental, carente de toda filiación política o religiosa, que reivindica el derecho fundamental a la salud y a una vida digna para cualquier persona

Lugar de interés. VII Premio Internacional Fotografía Humanitaria Luis Valtueña

No a la guerra. Manifiesto Médicos del Mundo se opone al ataque militar contra Irak. Evitemos la guerra

2005

Cara, cruz, cara, cruz, cara, cruz, cara, cara. Afortunadamente no es sólo cuestión de suerte. Piensa

6 meses después del Tsunami

Mira en que se transforma tu ayuda

Músicas del mundo. Sin tu corazón no somos nada

2006

Te proponemos ponerle nombre a un ladrillo. Ayúdanos a conseguir 150.000 euros para construir una clínica en la que cada ladrillo tenga nombre propio

X Premio Internacional Luis Valtueña Fotografía Humanitaria

2007

Sofiasexy ¿soy la chica de tus sueños?

2008

Evitar que un niño nazca con SIDA, depende de una simple inyección

2008

Deja en herencia un derecho fundamental. La salud. Imagina poder extender tu solidaridad a las próximas generaciones y contribuir a la calidad de vida de los más desfavorecidos

2009

Luchamos contra todas las enfermedades. Incluida la injusticia  
África *water* 100% infecciosa

## Médicos Mundi

2000

Para que todos estemos bien, colabora

2002

125 razones para colaborar. Médicos Mundi trabaja en más de 125 proyectos de desarrollo sanitario. Estamos en los países más necesitados del mundo desde hace 32 años. Colabora por un mundo

2007

Felicitaciones de Navidad. Exclusivas para empresas

## Misiones Salesianas

2001

India. Terremoto Enero 2001. Más de 100.000 muertos. Ayudas para los damnificados. Construcción de miles de hogares para los

2002

Niños de la calle de Guatemala, India, Sudan. Hoy la calle, mañana la cárcel. O un oficio con su ayuda

2003

Donativos

## MPDL

2000

No somos otra ONG más somos un problema menos  
¿Qué es el MPDL? Somos una ONG (¿otra más?) Damos apoyo a quien lo necesita (¿otra más?) Necesitamos tu ayuda (¿otra más?) Gracias por tu colaboración. No somos otra ONG más. Tu ayuda supone un problema menos

2002

¿Qué tienen en común? El MPDL trabaja por mejorar su situación

2005

La paz es mucho más que la ausencia de guerra. Únete a nuestro compromiso por la paz

## MSF

- 1998  
Si cortas el cupón de la derecha estaremos encantados de poner tu foto aquí
- 2000  
Conecta con otra forma de ver el mundo  
El poder, la política, el dinero..Por encima de todo estas tu
- 2001  
Afganistán. Estamos atendiendo a la población desde 1979 ayúdanos a continuar
- 2003  
A veces llevamos mascarilla. Nunca mordaza
- 2004  
Si esto te duele llama al médico  
Llamada urgente de Médicos Sin Fronteras
- 2005  
¿Todavía crees que la medicina ha llegado muy lejos? Millones de personas en todo el mundo necesitan urgentemente asistencia  
Cada día asistimos a miles de víctimas del olvido. Pero para seguir ofreciendo nuestra ayuda necesitamos la tuya. En nombre de todas aquellas personas que se beneficiarán de tu colaboración, muchas
- 2006  
Juntos llegaremos muy...tan lejos como haga falta
- 2007  
Cada día superamos barreras para asistir a quien más lo necesita. Pero hay una que no podemos vencer solos. La barrera que nos separa de ti. En nombre de las personas que recibirán tu ayuda,
- 2008  
Desnutrición infantil. Una emergencia desatendida. Únete a la campaña un euro a la semana  
9 niños mueren cada minuto por desnutrición aguda severa. Afortunadamente la solución existe  
¡Cuidado! Esta es la chinche picuda y transmite la enfermedad del chagas

## Mundo Unido

- 2000  
Apadrina un niño. Colabora. Dale futuro

## Paz y Desarrollo

2000

Apoyo a las comunidades indígenas del Amazonas. Colabora con los países del sur. Pon en práctica tu solidaridad

## Plan Internacional

2000

Jennifer tiene un PLAN para ayudar a toda su familia

2003

Ndugu es el niño que apadrina Jack Nicholson en la película A propósito de Schmidt. Vive en Tanzania. Como Ndugu, Plan tiene apadrinados más de un millón cuatrocientos mil niños en 45 países

2005

Cuando cambias su mundo, cambias el tuyo. Apadrinar es mucho más que ayudarle a mejorar su nivel de vida. Es compartir tu mundo con alguien a quien sentirás muy cerca de ti

2009

Busco porteros para parar la pobreza infantil, yo sólo no puedo

## Prodein

2002

Viaje turístico misional

## Prosalus

2004

La salud es un derecho humano fundamental

## Proyecto Solidario

2000

10.000 mil niños os dan las gracias por recibir 6.500 Kgrs. De material escolar básico, valorado en 10.400.000 ptas. Muchas Gracias

2003

Estudiar o trabajar. Que no tengan que elegir. Campaña de sensibilización sobre la educación de los menores trabajadores.

## Save the Children

2000

Los niños de El Salvador te necesitan. Llama al: 902263626

1 de cada 5 niños en el mundo no sabe leer este anuncio.

Los niños de Afganistán necesitan tu ayuda URGENTE. Ayúdenos a evitar una tragedia mayor

Miles de niños están muriendo de hambre en Níger ¡Ayúdales!

2003

Todos los niños y niñas merecen las mismas oportunidades

2004

Tú sí que eres Grande. Con tu ayuda miles de niños podrán recuperar su infancia. Y eso, te hace muy grande. Porque todo niño tiene derecho a ser niño

2005

¿Porqué elegir a uno cuando puedes ayudar a muchos? Hazte amigo de Save the Children. Con tan sólo 10 euros al mes les darás una

Continúa la emergencia en Asia. Miles de niños siguen dependiendo de tu ayuda. No les abandones ahora. Haz tu donativo rápidamente

2007

Parrilla de TV

2008

Un niño sin identidad es un niño sin derechos. Deja tu huella.

Colabora con Plan para que los niños sean registrados al nacer y garantizar así sus derechos

## Setem

2000

Educación para el desarrollo

Ahora con el 0,7% hacemos fortuna

2008

Pon fin a esta historia. Si eres cliente del BBVA o el Banco Santander exige a tu banco que no invierta tu dinero en proyectos que atentan contra la responsabilidad social y medioambiental

2009

Hoss Intropia colabora con la cooperativa de mujeres Creative Handcrafts para la construcción de un nuevo edificio que les permita seguir viviendo dignamente de su trabajo. Setem en su trabajo diario lucha por un mundo más justo y solidario



## Solidaridad Internacional

- 1999  
Por poco que des, dará mucho de SI ¡Colabora!
- 2000  
Victoria Chukry no es médico pero dedica su vida a trabajar por la salud. Es miembro de la ONG palestina Comité de Salud y coordina 16 clínicas en pequeños pueblos de Cisjordania. Solidaridad Internacional la apoya en esta lucha  
¡La ayuda humanitaria no basta! Por un compromiso de futuro
- 2002  
Con este carro puedes dar mucha guerra. Defiende un comercio más
- 2004  
Hay dos formas de comercio. Con desarrollo humano. Sin desarrollo humano  
Tarjeta Visa Solidaridad Internacional. La tarjeta que hará feliz a otras muchas personas
- 2006  
Las caras invisibles del agua
- 2007  
Regalos para cambiar el mundo  
Dale la vuelta a la situación del Tercer Mundo. Solidarízate. Rellena este cupón

## Solidarios para el desarrollo

- 2000  
Si quieres, PUEDES. ¡Hazte voluntario!  
Tú también puedes ser voluntario
- 2001  
¿Quieres ser voluntario? ¿dices que no tienes tiempo? ¿no sabes donde acudir? 2.000 voluntarios atienden 50 servicios

## UNICEF

- 1999  
Miles de niños te necesitan para hacer valer sus derechos. Tu colaboración y la de alguien más que piense como tu es esencia.
- 2000  
Ayúdanos. Etiopía sigue desapareciendo a causa del hambre

Que vea un nuevo día, depende de ti. Hazte socio de UNICEF

2000

En Mozambique las aguas arrastran algo más que agua, hambre y enfermedades. Arrastran minas anti persona

2001

Tú puedes contribuir a que sean más felices. Hazte socio de UNICEF. Sí, quiero darles la oportunidad de ser felices

2002

El deporte ayuda a cerrar muchas heridas. Campaña de recogida de material deportivo para niños y niñas de Sierra Leona

2003

Necesito que me escuches. Solo pido mis derechos. Quiero cambiar el mundo con Miguel, Nadia, Nico

2004

Emergencia en Irán. Muchas gracias por tu colaboración

Emergencia en Sudan y Chad. Necesitamos ayuda urgente.

2008

Tú decides como ayudar.

2009

Superviviente

Para que este niño llegue a los 5 años se necesitan...Hazte socio de UNICEF. Te necesitamos

Superviviente. Hoy celebra su 5 cumpleaños. Pero cada año mueren en el mundo casi 10.000.000 de niños antes de cumplir los cinco años

## Vicente Ferrer

2004

Apadrina un niño

Algunas revoluciones empiezan con un simple vaso de agua

Guía del apadrinamiento

2005

Shuyata tiene un grave problema, no sabe si estudiar para enfermera o para maestra. Transforma la sociedad en humanidad

Cibermaratón....empieza por ti. La humanidad empieza por uno.

2006

+ positivo más humano. Para seguir avanzando necesitamos sumar miles como tú. Apadrina un niño

2007

Si apadrinas a Lakshmi apadrinas a su comunidad

De mujer a mujer. En la india la mujer dalit sufre una doble

discriminación por ser mujer e intocable. Gracias a personas como tú, ellas pueden cambiar esta realidad

## World Vision

2005

Los ojos los ha heredado de su padre, el cuello de su madre y los hombros de su abuelo. La sonrisa, de su padrino. Más que padrinos

2006

¿Dejarías morir de hambre a un niño que conoces? Samuel, 4 años, Mali. ¿ahora que ya le conoces?, no le vas a ayudar



## Índice de figuras

Figura 1 Abril (2007) Mapa general de las dimensiones textuales	49
Figura 2 Familias Unidas (2005)	86
Figura 3 Damasio, 2005:41	99
Figura 4 Damasio, 2005:48	100
Figura 5 Imagen de la expresión de tristeza (Le Brun, 1667)	105
Figura 6 Imagen de la expresión de dolor (Le Brun, 1667)	105
Figura 7 Le Brun (1667)	107
Figura 8 UNICEF (2000)	107
Figura 9 Duchenne (1862)	107
Figura 10 Bill Viola, The Passions The six emotional states	109
Figura 11 Le Brun, Expresiones del alma	109
Figura 12 Elaboración propia a partir de Savan (1981)	126
Figura 13 Martín Barbero (2008: 44)	161
Figura 14 Cáritas (1978)	175
Figura 15 Reproducciones facsímiles de las huchas del Domund	182
Figura 16 Asilo del Pardo. Rifa semanal a beneficio de los pobres (1873)	184
Figura 17 Goya, “Sin son de otro linaje”, Serie <i>Los desastres de la guerra</i> , Nº 61.	205
Figura 18 Goya “Lo peor es pedir”, Serie <i>Los desastres de la guerra</i> . Nº 55	207
Figura 19 El Roto, El País, 4 Octubre 2002	220
Figura 20 Intermón Oxfam (2007)	261
Figura 21 Ayuda en Acción (1999)	263
Figura 22 Solidaridad Internacional (1999)	265
Figura 23 MSF (2000)	266
Figura 24 Revista <i>Comedias y comediantes</i> de 1910.	275
Figura 25 Periódico Nuevo Mundo, 3 de Marzo de 1922	276
Figura 26 Entrevista (2000)	276
Figura 27 Save the Children (1922)	277
Figura 28 Acción contra el hambre (2000)	278
Figura 29 Alrededor del Mundo, 11 de Septiembre de 1926	278
Figura 30 Fondos de Inversión Solidarios BCH y BBV	279
Figura 31 Logotipo Cruz Roja	280

Figura 32 Logotipo Médicos Sin Fronteras	280
Figura 33 Cruz Roja (1950)	280
Figura 34 Nuevo Mundo, 10 de Agosto de 1898	281
Figura 35 Cruz Roja francesa (1943)	281
Figura 36 Médicos Sin Fronteras (2005)	281
Figura 37 Cruz Roja (1936-1939)	282
Figura 38 Cruz Roja (2002)	282
Figura 39 Álbum infantil.	284
Figura 40 Domund (1952)	285
Figura 41 Banderín, (Década 60)	285
Figura 42 IUVE (2006)	285
Figura 43 Domund (Década 80)	286
Figura 44 Red de puntos de información de voluntariado de la Comunidad de Madrid.	287
Figura 45 Fragmento Domund (1950)	287
Figura 46 Campaña Domund (1978)	288
Figura 47 Cáritas (1972)	288
Figura 48 Cáritas (1974)	289
Figura 49 Cáritas (1960)	290
Figura 50 Cáritas (1980)	290
Figura 51 Disco Músicas del mundo, Médicos del mundo (2004) "Sin tu corazón no somos nada"	290
Figura 52 Amnistía Internacional (2008)	291
Figura 53 Cáritas (1980)	291
Figura 54 Manos Unidas (1992)	292
Figura 55 Migrant mother de Dorotea Lange (1936)	296
Figura 56 Fragmento Amnistía Internacional (2002)	296
Figura 57 Fragmento Manos Unidas (2000)	296
Figura 58 ACNUR (2004)	296
Figura 59 Fragmento CEAR (2004)	296
Figura 60 Eugene Smith, Deleitosa, España (1950)	298
Figura 61 Eugene Smith, Albert Schweitzer, (1954)	298
Figura 62 Werner Bischof, India, Provincia de Bihar (1951)	298
Figura 63 David Seymour, Campo de Refugiados, Viena (1948)	298

Figura 64 David Seymour, Extremadura, España (1936)	298
Figura 65 Fragmento Ayuda en Acción (2001)	299
Figura 66 Frank Fournie, Armero Colombia (1985)	300
Figura 67 Fragmento Unicef (1999)	300
Figura 68 UNICEF (Década 70)	301
Figura 69 Calendario UNICEF (1982)	302
Figura 70 Benetton (Década 80)	302
Figura 71 Banderín Domund (1970)	303
Figura 72 Manos Unidas (1985)	303
Figura 73 Intermón Oxfam (2008)	303
Figura 74 Life, 12 Julio 1968	304
Figura 75 Don Macullin (1969)	304
Figura 76 Save the children (1981)	305
Figura 77 Paul Lowe. Somalia (1992)	305
Figura 78 Cartel del concierto <i>Live AID</i> (1985)	306
Figura 79 Biafra (1969)	307
Figura 80 Darfur, Sudan (2007)	307
Figura 81 Kevin Carter, Sudan (1994)	307
Figura 82 Intermón Oxfamn (2008)	309
Figura 83 The New York Time Magazine (2003)	310
Figura 84 Fragmento Codespa (2000)	314
Figura 85 Campaña Legado solidario (2008)	314
Figura 86 Educación Sin Fronteras (1999)	318
Figura 87 Codespa (1999)	318
Figura 88 Proyecto Solidario (2000)	319
Figura 89 Mundo Unido (2000)	319
Figura 90 Asociación Paz y Desarrollo (2000)	320
Figura 91 Planeta Humano (1999)	320
Figura 92 Intermon (2000)	321
Figura 93 Manos Unidas (1997)	321
Figura 94 Solidarios para el desarrollo (2000)	322
Figura 95 Médicos del Mundo (2000)	323
Figura 96 El diario montañés, 25 de Junio de 2000	324



Figura 97 Festival de Publicidad Social (2007)	325
Figura 98 Manos Unidas (2000)	327
Figura 99 Médicos del Mundo (2000 y 2001)	330
Figura 100 Ayuda en Acción	331
Figura 101 Cruz Roja (2000)	331
Figura 102 Ayuda en Acción (1997)	332
Figura 103 Infancia Sin Fronteras	332
Figura 104 Campaña Amnistía Internacional (2004)	334
Figura 105 Fundación IUVE Agenda de la Solidaridad (2002)	335
Figura 106 Ayuda en Acción (2000)	335
Figura 107 VII Feria de la solidaridad (2003)	335
Figura 108 Suplemento especial sobre los Premios Solidario (2004) del ABC	336
Figura 109 Campaña MPDL (2001)	337
Figura 110 Fragmentos Ericson y Ayuda en Acción (2000)	338
Figura 111 Fortuna 0,7% (2000)	341
Figura 112 Setem (2000)	342
Figura 113 Anesvad (2001)	343
Figura 114 Intermón Oxfam (2005)	344
Figura 115 Acción contra el hambre y Snickers, Mars, Twix y Mars Delight	345
Figura 116 Ticket Restaurant- Acción contra el hambre (2007)	345
Figura 117 Logotipos de Intermón Oxfam, Asamblea de Cooperación por la Paz, Solidaridad Internacional, Fundación Codespa, Setem, Anesvad y Amnistía Internacional	348
Figura 118 Logotipos Médicos del Mundo, MPDL, Promoción y Desarrollo y Entreculturas	349
Figura 119 Logotipo Cáritas	349
Figura 120 Pablo Picasso (1949)	349
Figura 121 Logotipos Médicos Mundi, Misiones Salesianas, ACNUR, Solidarios para el desarrollo	349
Figura 122 Logotipo Ayuda en Acción, Save the Children y Global Humanitaria	350
Figura 123 Logotipo de Acción contra el hambre y Prosalus	350
Figura 124 Logotipos Farmamundi, Jóvenes del Tercer Mundo, Manos Unidas, Farmacéuticos Sin Fronteras, Mundubat, AMREF, Fundación Intervida, Unicef	351
Figura 125 Logotipos CONGDE, Fundación Economistas sin Fronteras, Arquitectos sin Fronteras, Intermón Oxfam, Infancia sin Fronteras y Educación sin Fronteras	351

Figura 126 Solidaridad Internacional (2001)	352
Figura 127 Fundación Vicente Ferrer (2007)	353
Figura 128 Intermón Oxfam (2005)	354
Figura 129 Solidaridad Internacional (2002)	355
Figura 130 Solidaridad Internacional (2002)	356
Figura 131 Entreculturas (2006)	356
Figura 132 Estampa de una camiseta de la campaña ropa limpia. Setem (2009)	357
Figura 133 Intermón Oxfam (2005)	357
Figura 134 Logotipos Armas bajo control y Amnistía Internacional, IANSA e Intermón Oxfam	358
Figura 135 Logotipo Juntos por África	358
Figura 136 Logotipo Juntos mejor (2006)	358
Figura 137 Logotipo Sin Excusas 2015 Campaña del milenio	359
Figura 138 Logotipo Pobreza Cero	359
Figura 139 Logotipo Campaña Mundial por la Educación en España	359
Figura 140 Logotipo RCADE	359
Figura 141 Sin Duda, Sin Deuda, Cáritas, CONFER, Manos Unidas, Justicia y Paz, REDES (2006)	360
Figura 142 Logotipo Campaña ¿Quién debe a quién?(2005)	360
Figura 143 Banners Movistar (2006)	361
Figura 144 ¿Quién debe a quién? (2006)	361
Figura 145 Campaña No más violencia contra las mujeres (2006)	362
Figura 146 Campaña Armas bajo Control(2005)	362
Figura 147 Armas bajo control (2007)	363
Figura 148 Pobreza Cero, CONGDE, Despiértate contra la pobreza (2006)	363
Figura 149 Fragmento Acción contra el hambre (2000)	365
Figura 150 Cibermaratón MSF (2008)	365
Figura 151 MSF (2008).	365
Figura 152 Fragmento Ayuda en Acción (1995)	365
Figura 153 Imagen de la web de Entreculturas (2007-2008)	366
Figura 154 Intermón Oxfam (2007-2008)	368
Figura 155 Manos Unidas (2003)	375
Figura 156 Paul Lowe. Somalia (1992)	379

Figura 157 Manos Unidas (2004)	386
Figura 158 Cear	390
Figura 159 Fragmento ACNUR	390
Figura 160 El roto	391
Figura 161 World vision (2009)	392
Figura 162 Spot TV Médicos del Mundo, VII Premio Internacional Fotografía Humanitaria Luis Valtañuela	393
Figura 163 AMREF (2009)	394
Figura 164 Portada e imágenes del folleto Setem-Taranna (2008)	395
Figura 165 Acción contra el hambre (2000)	401
Figura 166 Intermón Oxfam (2003)	401
Figura 167 Ayuda en Acción (1998)	403
Figura 168 Acción contra el hambre (2002)	404
Figura 169 Fragmento MSF (2004)	405
Figura 170 Sebastiao Salgado, Refugiados (1995)	405
Figura 171 Juntos por África (2002)	405
Figura 172 Fragmento Ayuda en acción (2002)	406
Figura 173 Acnur(2000)	407
Figura 174 Fragmento Plan Internacional (2005)	407
Figura 175 ACSUR Las Segovias	407
Figura 176 Fragmento Ayuda en Acción (2001)	409
Figura 177 Spot TV Intermon Oxfam (2009)	410
Figura 178 Huchas del Domund, décadas 1950- 1970	410
Figura 179 Spot TV Anesvad (2000)	411
Figura 180 Spot TV de Anesvad (2001)	412
Figura 181 Anesvad (2009)	413
Figura 182 Benetton y WFP (2002)	413
Figura 183 Fragmento Ayuda en Acción (2009)	414
Figura 184 Acción contra el hambre (2008)	416
Figura 185 AMREF(2008)	419
Figura 186 Intermón Oxfam	420
Figura 187 Tarjeta de crédito Master Card-Intermón Oxfam	421
Figura 188 Fragmento Ayuda en Acción (2008)	421

Figura 189 Fragmento MSF (2005)	421
Figura 190 El Diario Montañés, 27 de Agosto de 2000	423
Figura 191 El Diario Montañés, 25 de Julio de 2005	423
Figura 192 Intermón Oxfam	424
Figura 193 Interred (2005)	424
Figura 194 Fragmento Solidaridad Internacional (2000)	424
Figura 195 4 idees (2008) Cooperació, Fundació AKWABA, Lliga dels Drets dels Pobles	425
Figura 196 Imagen del folleto Compromís per la Pau i la Solidaritat (2008)	425
Figura 197 Amnistía Internacional	426
Figura 198 Unicef (2003)	428
Figura 199 Intermón Oxfam (fragmento) (2005)	429
Figura 200 ACNUR (2000)	432
Figura 201 Acción contra el hambre (2004)	434
Figura 202 Unicef (2009)	435
Figura 203 Unicef (2009)	436
Figura 204 Acnur (2006)	437
Figura 205 Cruz Roja (2002)	438
Figura 206 Fotografía Agencia EFE PISCO (Perú) Agosto de 2007	438
Figura 207 El País, 27 de Abril de 2009	438
Figura 208 Médicos del Mundo(2003)	439
Figura 209 ACNUR (2009)	440
Figura 210 Philips (2001)	444
Figura 211 Philips y Ayuda en Acción (2001)	444
Figura 212MSF (2003)	444
Figura 213 Anesvad (2003)	444
Figura 214 Embajadores de ACNUR y Unicef	447
Figura 215 Plan Internacional (2009)	448
Figura 216 Portada The Independent (16 Mayo 2006)	449
Figura 217 Fragmento Intermón Oxfam	450
Figura 218 Cruz Roja (2006)	451
Figura 219 Intermón Oxfam (2003)	452
Figura 220 Bancaja (2009)	453
Figura 221 Ayuda en Acción (2004)	454

Figura 222 World Vision (2006)	456
Figura 223 Acción contra el hambre (2004)	457
Figura 224 Acnur (2009)	459
Figura 225 Boletín Manos Unidas Campaña (2004)	461
Figura 226 Manos Unidas (2005)	462
Figura 227 Muévete por la Igualdad (2008)	462
Figura 228 Ayuda en Acción (1996)	468
Figura 229 Folleto Anesvad (2000)	472
Figura 230 Manos Unidas (2003)	478
Figura 231 Anesvad (2007)	479
Figura 232 Ayuda en Acción (2008)	480
Figura 233 INUVE (2007)	481
Figura 234 Acnur (2006)	482
Figura 235 MSF (2007)	483
Figura 236 Intermón Oxfam (2007)	484
Figura 237 Amnistía Internacional (2008)	486
Figura 238 CONGDE (2006/2007)	487
Figura 239 Elaboración propia a partir de Boltanski (2000)	495
Figura 240 Acción contra el hambre (2007)	509
Figura 241 Unicef y Fairy	513
Figura 242 MSF	515
Figura 243 BBVA	515
Figura 244 Manos Unidas	515
Figura 245 Obra Social Caja Madrid (2008)	516
Figura 246 MSF	517
Figura 247 Ayuda en Acción	518
Figura 248 Fundación Vicente Ferrer (2006)	519
Figura 249 Intermon (2003)	521
Figura 250 Save the Children (2005)	524
Figura 251 Misiones Salesianas (2001)	524
Figura 252 IUVE (2006)	525
Figura 253 Codespa (1999)	525
Figura 254 Acción contra el hambre (2000)	526

Figura 255 Acnur (2000)	526
Figura 256 Lichtenstein, Desesperada, (1963)	527
Figura 257 Ecologistas en Acción (Consume hasta morir)	535
Figura 258 Global Humanitaria (2007)	535
Figura 259 Intermón Oxfam (2005)	546
Figura 260 Comercio con Justicia, Intermón Oxfam (2005)	547
Figura 261 Manos Unidas 2000	550
Figura 262 Intermón (2001)	554
Figura 263 Acnur (2005)	557
Figura 264 Intermón	559
Figura 265 Acnur (2002)	562
Figura 266 Acnur (2005)	563
Figura 267 Anesvad (2006)	564
Figura 268 Anesvad (2001)	566
Figura 269 Anesvad (2006)	567
Figura 270 MSF (2008)	569
Figura 271 Acción contra el hambre (1999)	569
Figura 272 MSF (2003)	570
Figura 273 Manos Unidas (2000)	571
Figura 274 Manos Unidas (2000)	572
Figura 275 Fundación Juan Ciudad (2000)	574
Figura 276 CONGDE	580
Figura 277 CONGDE (2005)	581
Figura 278 Campaña CONGDE	583
Figura 279 Amnistía Internacional (2008)	587
Figura 280 Fragmento Amnistía Internacional (2008)	587
Figura 281 Amnistía Internacional (1999)	588
Figura 282 Amnistía Internacional (2008)	589
Figura 283 Amnistía Internacional (2009)	591
Figura 284 Manos Unidas (2008)	593
Figura 285 Amnistía Internacional (2009)	593

